

**AKTIVITAS HUMAS PT. JASA RAHARJA CABANG  
PEKANBARU DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF  
PERUSAHAAN**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi  
Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial  
Pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



**OLEH:**

**ANA YULIAWATI**

**NIM. 10643004170**

**PROGRAM S.1  
JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

SULTAN SYARIF KASIM RIAU  
2010

## **ABSTRAK**

### **AKTIVITAS HUMAS PT. JASA RAHARJA CABANG PEKANBARU DALAM MEMBENTUK CITRA POSITIF PERUSAHAAN**

PT. Jasa Raharja adalah sebuah badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak di bidang asuransi sosial yang berdiri di bawah naungan Departemen Keuangan yang ditunjuk pemerintah untuk melaksanakan Undang-Undang No.33 tahun 1964 tentang dana pertanggungan wajib kecelakaan penumpang dan Undang-Undang No.34 tahun 1964 tentang dana kecelakaan lalu lintas jalan. Fenomena yang terjadi di lapangan sejak diberlakukannya Undang-Undang tersebut banyak masyarakat yang belum mengetahui tentang hak dan kewajiban mereka. Minimnya pengetahuan masyarakat mengenai tugas dan fungsi pokok Jasa Raharja serta beredarnya isu tentang susahnyanya pengurusan santunan mengakibatkan citra PT. Jasa Raharja negatif dimata masyarakat.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam membentuk citra positif perusahaan, untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan aktivitas humas dalam membentuk citra positif perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menggambarkan secara mendalam tentang situasi atau proses yang diteliti dan pengumpulan data berdasarkan kenyataan yang ada di lapangan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Pemilihan subjek dilakukan secara *purposiv sampling* yang terdiri dari 3 (tiga) orang subjek, yakni 1 orang Kasubag Humas PT. Jasa raharja Cabang Pekanbaru yang merupakan informan kunci (*key informan*), Kepala Cabang dan Arjun Arsiparis PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru. teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif yang terdiri atas reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

Hasil penelitian menunjukan bahwa, Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru sudah melakukan aktivitas-aktivitas yang bertujuan untuk membentuk citra positif perusahaan kepada masyarakat. Kegiatan tersebut dilakukan secara terus menerus walaupun frekuensinya masih kurang. Aktivitas dilakukan dalam berbagai bentuk, baik komunikasi secara langsung dimana humas memberikan sosialisasi di sekolah-sekolah, penyuluhan dengan instansi terkait maupun melalui media. Media yang digunakan adalah media cetak dan elektronik. Aktivitas lainnya yaitu mengadakan dialog interaktif yang disiarkan oleh RTV dan RRI serta membuka layanan informasi melalui sms center Jasa Raharja, dan membuka website Jasa Raharja. Tersedianya sarana dan prasarana serta kerjasama dengan instansi terkait merupakan faktor pendukung aktivitas humas, namun sedikitnya jumlah pegawai humas dan barunya keberadaan humas menjadi faktor penghambat dalam melaksanakan aktivitas humas.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	vi
ABSTRAKSI .....	vii
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar belakang .....	1
B. Alasan pemilihan judul.....	4
C. Penegasan istilah .....	5
D. Permasalahan.....	6
E. Tujuan dan kegunaan penelitian .....	7
F. Kerangka teoritis dan konsep operasional .....	8
G. Metodologi penelitian .....	31
H. Sistematika Penulisan.....	36
BAB II : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	
A. Sejarah PT. Jasa Raharja .....	37
B. Visi Dan Misi .....	41
C. Moto Perusahaan .....	42
D. Aktivitas Perusahaan .....	42
E. Budaya Kerja .....	46

F. Keberadaan Humas PT. Jasa Raharja .....	46
G. Struktur Organisasi.....	48
<b>BAB III : PENYAJIAN DATA</b>	
A. Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru .....	49
B. Faktor Pendukung dan Penghambat Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru .....	61
<b>BAB IV : ANALISIS DATA</b>	
A. Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru .....	67
B. Faktor Pendukung dan Penghambat Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru .....	82
<b>BAB V : PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	88
B. Saran .....	90
<b>DAFTAR KEPUSTAKAAN</b>	
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN</b>	

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Dunia humas saat ini sudah memasuki era yang disebut era kompetisi, di mana pembentukan, pemeliharaan dan peningkatan citra (termasuk reputasi) menjadi sangat krusial (penting). Keberadaan unit kehumasan di sebuah lembaga atau instansi pemerintah merupakan keharusan fungsional dan operasional dalam upaya menyebarluaskan informasi atau untuk mempublikasi kegiatan dan aktivitas instansi yang bersangkutan kepada masyarakat. Humas merupakan suatu alat atau saluran untuk memperlancar jalannya interaksi dan penyebaran informasi melalui kerjasama dengan pihak pers, media cetak atau elektronik.

Keberadaan humas di sebuah perusahaan baik itu milik swasta ataupun pemerintah sangat diperlukan sesuai dengan fungsinya yaitu sebagai *image building* sebuah perusahaan atau organisasi tempat ia bernaung. Keberadaan sebuah instansi atau perusahaan yang merupakan bagian dari suatu sistem yang disebut masyarakat atau publik sangat tergantung pada penerimaan publik itu sendiri yang diwujudkan dalam suatu dukungan positif terhadap instansi atau perusahaan yang pada akhirnya akan membentuk suatu citra perusahaan.

Pada dasarnya tujuan umum dan aktivitas humas adalah cara menciptakan hubungan harmonis antara perusahaan atau instansi yang diwakilinya dengan publiknya atau stakeholder sasaran yang terkait. Hasil yang diharapkan adalah

terciptanya citra positif (*good image*), kemauan yang baik (*good will*), saling menghargai (*mutual appreciation*), saling timbul pengertian (*mutual understanding*), dan tolerensi (*tolerance*) antara kedua belah pihak (Ruslan, 1999: 133).

Citra adalah tujuan utama, dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan. Untuk membentuk citra positif dari sebuah perusahaan atau instansi maka diperlukan komunikasi yang baik, dimana komunikasi merupakan kunci utama dari humas. Selain komunikasi seorang praktisi humas juga harus menjalin hubungan yang harmonis serta membangun keselarasan antara kepentingan publik dengan kepentingan perusahaan atau instansi (Ruslan 1999: 62).

Setaraf dengan kemajuan teknik modern dalam penghidupan manusia bermasyarakat, terkandung bahaya yang kian meningkat disebabkan kecelakaan-kecelakaan di luar kesalahannya. Pada dasarnya, setiap warga negara harus mendapat perlindungan terhadap kerugian yang diderita karena resiko-resiko demikian. Ini merupakan suatu pemikiran sosial. Oleh karena keadaan ekonomi dan keuangan dewasa ini belum mengizinkan, bahwa segala akibat mengadakan jaminan sosial tersebut ditampung oleh pemerintah, maka perlu usaha ini dilakukan secara gotong-royong (Penjelasan UU No. 33 Tahun 1964).

Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Sementara No.II/MPRS/1960 beserta lampiran-lampirannya, sebagai langkah pertama menuju ke suatu sistem

jaminan sosial (*social security*) dianggap perlu untuk mengadakan dana kecelakaan lalu lintas (Salinan UU No. 34 Tahun 1964).

PT. Jasa Raharja adalah sebuah BUMN yang bergerak di bidang asuransi sosial yang berdiri di bawah naungan Departemen Keuangan. Telah lama dipercaya serta dipilih sebagai perusahaan yang mampu menangani masalah asuransi kecelakaan lalu lintas dan penumpang angkutan umum.

Menurut Eko Supriyatno (Kabag Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru) tugas umum PT. Jasa Raharja adalah melindungi kecelakaan lalu lintas dan penumpang angkutan umum. Selain dari itu PT. Jasa Raharja mempunyai tugas khusus yaitu mengelola pelaksanaan UU No. 33 dan UU No. 34 Tahun 1964.

Banyaknya kecelakaan-kecelakaan transportasi baik itu di darat, laut dan udara mengakibatkan jasa asuransi sangat diperlukan untuk mengantisipasi kecelakaan yang tidak pernah diduga kapan datangnya. Hal inilah yang melatarbelakangi PT. Jasa Raharja di tunjuk sebagai perusahaan yang dianggap mampu dalam menangani asuransi kecelakaan lalu lintas dan penumpang angkutan umum baik itu transportasi darat, laut, dan udara.

Namun berdasarkan fenomena yang ada minimnya pengetahuan masyarakat mengenai tugas dan fungsi pokok Jasa Raharja serta opini yang berkembang di masyarakat yang menyatakan bahwa pengurusan santunan di PT. Jasa Raharja sangat sulit dan rumit, mengakibatkan citra PT. Jasa Raharja negatif dimata masyarakat.



Panjangnya prosedur dan kerumitan, serta lamanya waktu yang diberikan perusahaan ketika masyarakat sebagai pengguna jasa asuransi tersebut mengklaim untuk mengeluarkan dana santunan yang telah ditetapkan pada saat mengalami kecelakaan mengakibatkan PT. Jasa Raharja mengalami krisis kepercayaan dari masyarakat.. Humas sebagai *good image maker* mempunyai peran khusus untuk membentuk citra positif, hal ini menjadi tugas utama Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru untuk bisa mengembalikan kepercayaan masyarakat dan mengubah citra negatif yang berkembang di masyarakat menjadi jadi citra positif.

Dari paparan latar belakang dan permasalahan yang ada maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam dengan judul **“Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam Membentuk Citra Positif Perusahaan”**.

## **B. Alasan Pemilihan Judul**

Judul ini perlu diteliti karena penulis ingin mengetahui sejauh mana aktivitas yang dilakukan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam membentuk citra positif perusahaan. Dalam pemilihan judul ini penulis mempunyai beberapa alasan, yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Judul ini diteliti karena berkaitan dengan konsentrasi kehumasan yang sedang penulis geluti.

2. Permasalahan mengenai eksistensi dan citra perusahaan sangat menarik untuk diteliti karena penulis ingin mengetahui aktivitas yang dilakukan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru Dalam Membentuk Citra positif Perusahaan.
3. Citra negatif yang berkembang di masyarakat mengenai PT. Jasa Raharja merupakan salah satu alasan untuk melakukan penelitian ini.
4. Aktivitas humas dijadikan sebagai objek penelitian dikarenakan humas merupakan salah satu bagian terpenting dalam perusahaan guna membangun citra perusahaan.

### **C. Penegasan Istilah**

Penegasan istilah, merupakan pedoman untuk penelitian sehingga tidak terjadi kesalahpahaman dalam memahami kajian ini, adapun penegasan ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Aktivitas humas adalah kegiatan yang dilakukan oleh humas untuk menjalankan fungsi-fungsi manajemen dalam perusahaan (Ruslan, 2008: 26).
2. PT. Jasa Raharja adalah sebuah BUMN yang bergerak di bidang asuransi sosial yang berdiri di bawah naungan Departemen Keuangan.
3. Frank Jefkins, dalam bukunya "*Publik Relations Tecnique*" menyimpulkan bahwa secara umum, citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalaman (Soemirat dan Ardianto, 2004: 88).

## **D. Permasalahan**

### **1. Identifikasi Masalah**

- a. Bagaimana aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru Dalam Membentuk Citra positif Perusahaan ?
- b. Faktor-faktor apa yang mendukung dan menghambat dalam melaksanakan aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru Dalam Membentuk Citra positif Perusahaan ?
- c. Media apa yang digunakan Humas PT. Jasa Raharja dalam membentuk citra positif ?
- d. Siapa yang membantu Humas PT. Jasa Raharja dalam melaksanakan aktivitasnya?

### **2. Rumusan Masalah**

Untuk memudahkan penelitian ini peneliti membuat rumusan masalah sehingga masalah dalam penelitian ini terarah. Adapun yang menjadi rumusan masalah yang akan diteliti adalah aktivitas eksternal Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam membentuk citra positif perusahaan dan faktor-faktor pendukung serta penghambat aktivitas humas dalam membentuk citra positif perusahaan.

### **3. Batasan Masalah**

- a. Bagaimana aktivitas eksternal Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru Dalam Membentuk Citra positif Perusahaan?

- b. Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam melaksanakan aktivitas eksternal Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru Dalam Membentuk Citra positif Perusahaan?

## **E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam membentuk citra positif perusahaan.
- b. Untuk mengetahui faktor pendukung dan penghambat aktivitas Humas PT. Jasa Raharja dalam membentuk citra positif.

### **2. Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan penelitian ini adalah :

- a. Kegunaan Akademis
  - 1) Memberikan gambaran dan informasi kepada pihak-pihak terkait khususnya civitas akademik komunikasi mengenai realita tugas humas dalam membentuk citra positif perusahaan atau instansi.
  - 2) Sebagai tambahan pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti guna memperdalam ilmu dibidang kehumasan.

b. Kegunaan Praktis

Sebagai sumbangsih pemikiran kepada pihak Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru untuk meningkatkan fungsi humas dalam membentuk citra positif perusahaan.

## F. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional

### 1. Kerangka Teoritis

a. Humas

Istilah *public relations* dalam pengertian sekarang ini lahir di Amerika Serikat (AS). Thomas Jefferson telah menggunakan istilah ini dalam pesannya yang disampaikan pada kongres ke X dalam tahun 1807. tetapi apa yang dimaksud oleh Jefferson pada waktu itu dengan istilah “*public relations*” adalah dihubungkan dengan “*Foreign Relations*” memberikan *advice and counsel* dalam bidang *public relations* (Abdurahman, 2001:15).

Webster’s New World Dictionary mendefinisikan humas sebagai hubungan dengan masyarakat luas, seperti melalui publisitas; khususnya fungsi-fungsi korporasi, organisasi, dan sebagainya yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan opini publik dan citra yang menyenangkan untuk dirinya sendiri (Moore, 2004: 6).

Menurut Effendy (1993: 117) seorang *public relations* harus menciptakan dan selanjutnya membina komunikasi dua arah, baik secara vertikal maupun horizontal. Secara vertikal di satu pihak ia menyebarkan informasi seluas-luasnya

kepada para karyawan, di lain pihak ia menampung segala keluhan, tanggapan, keinginan para karyawan, kemudian menyampaikan kepada pimpinan organisasi atau perusahaan untuk memecahkan segala permasalahannya. Sedangkan secara horizontal seorang *public relations* harus terjun langsung ke karyawan untuk mencari permasalahan yang terjadi dikalangan karyawan yang biasanya disebabkan oleh interpretasi yang salah dari sesama karyawan. Mengadakan kotak saran (*suggestion box*) yang tujuannya untuk menampung saran-saran bagi kepentingan karyawan.

“Hubungan masyarakat merupakan komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatnya pembinaan kerja sama serta pemenuhan kepentingan bersama” (Effendy, 2002: 23).

Culip dan Center dalam bukunya *Effective Public relations* mengatakan bahwa *public relations* adalah suatu kegiatan komunikasi dan penafsiran, serta komunikasi-komunikasi dan gagasan-gagasan dari suatu lembaga kepada publiknya, dan pengkomunikasian informasi, gagasan-gagasan, serta pendapat dari publiknya itu kepada lembaga tadi, dalam usaha yang jujur untuk menumbuhkan kepentingan bersama sehingga dapat tercipta suatu penyesuaian yang harmonis dari lembaga itu dengan masyarakatnya.

PR adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang mempengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut (Culip, 2006:6).

Dari definisi Cultip dan Center itu tergambar adanya ciri khas dari *public relations*, yaitu suatu kegiatan timbal balik antara lembaga dengan publiknya. Tidak saja melakukan kegiatan kepada publik yang ada diluar lembaga, tetapi juga pihak publiknya melakukan kegiatan terhadap lembaga itu, sehingga terjadilah suatu pengertian bersama dalam meraih kepentingan bersama.

Menurut J.S. Seidel, Direktur PR, Division of Housing, State New York. PR adalah proses yang kontinyu dari usaha-usaha manajemen untuk memperoleh *goodwill* (kemauan baik), dan pengertian dari pelanggan, pegawai, dan publik yang lebih luas (Abdurahman, 2001: 24).

*Public relations* adalah suatu metode komunikasi untuk menciptakan citra positif dari mitra organisasi atas dasar menghormati kepentingan bersama. *Public relations* adalah suatu seni untuk menciptakan pengertian publik yang lebih baik yang dapat memperdalam kepercayaan publik internal maupun eksternal suatu individu terhadap organisasi atau perusahaan.

Dari beberapa batasan di atas, dapat dijelaskan bahwa kedudukan *public relations* atau hubungan masyarakat mendapat tempat tersendiri dalam top manajemen. *Public relations* adalah merupakan suatu kegiatan yang harus aktif, dinamis, cermat, tanggap dan tidak hanya semata-mata menunggu intruksi atasan. Setiap aktivitas itu memiliki tujuan untuk membina dan memelihara hubungan sikap budi yang menyenangkan antara organisasi atau instansi yang diwakilinya dengan berbagai pihak yang menjadi publiknya. Dengan demikian berarti bagian hubungan masyarakat atas nama organisasi atau top manajemen berusaha secara

maksimal untuk memupuk kepercayaan dan pengertian bersama serta mampu menciptakan hubungan yang harmonis.

Adapun ciri-ciri dari dari humas menurut Effendy (2004: 132) adalah:

1. Komunikasi yang dilancarkan berlangsung dua arah secara timbal balik.
2. kegiatan yang dilakukan terdiri atas penyebaran informasi, penggiatan persuasi dan pengkajian pendapat umum.
3. Tujuan yang hendak dicapai adalah tujuan organisasi tempat humas menginduk.
4. Sasaran yang dituju adalah khalayak di dalam organisasi dan khalayak di luar organisasi.
5. Efek yang diharapkan adalah terbinanya hubungan yang harmonis antara organisasi dan khalayak.

Bertrand R. Canfield dalam bukunya *Public relations: Principles and Problems*, mengemukakan tiga fungsi *public relations* (Effendy, 2002: 34) yaitu:

1. Mengabdikan kepada kepentingan Umum.

Jadi tujuan humas ialah menciptakan sikap yang menyenangkan antara organisasi dan publik, kemudian sikap yang berhasil dibina itu selanjutnya dipelihara sebaik-baiknya. Humas yang mengutamakan kepentingan umum akan mengakibatkan adanya rasa senang pada pihak publik terhadap organisasi. Sering terjadi kesalah pahaman antara organisasi dengan publik , dalam hubungan ini adalah tugas humas untuk mengatasinya sehingga kembali hubungan yang harmonis dimana pengetahuan bersama dan hasrat yang



baik satu sama lainnya. Dalam pelaksanaannya harus ditunjukkan bahwa humas lebih menumpahkan perhatiannya kepada kepentingan umum dari pada kepentingan organisasi.

## 2. Memelihara Hubungan Baik

Hubungan yang baik harus senantiasa dipelihara dan dipererat, baik antara organisasi dengan publik di luar organisasi. Adalah tugas humas untuk mencegah ketegangan-ketegangan dan bentrok yang antara kedua organisasi tersebut. Dalam hal ini, tugas humas ialah selalu memelihara adanya pengertian bersama dalam rangka membina suasana yang harmonis. Pimpinan perusahaan harus mendapat pengertian bagaimana penghidupan buruh dengan upah yang diterima. Dengan diberi pengertian berdasarkan fakta, pimpinan perusahaan akan menjalankan kebijakan untuk memberikan keterangan-keterangan yang dapat diterima, pihak kaum buruh tidak akan bersitegang urat leher kepada tuntutan sampai terdapat titik pertemuan dalam jumlah upah yang merupakan kemampuan pihak pimpinan perusahaan dan yang dituntut pihak kaum buruh.

Dalam hubungan dengan kejadian seperti itu, kemungkinan besar yang dapat mengatasi ialah hubungan yang baik dengan wartawan. Disebabkan hubungan yang baik, mungkin sekali si wartawan akan mengadakan hubungan yang baik besar pula kemungkinan si wartawan akan memberikan hal yang tidak merugikan organisasi dimana humas harus mengadakan hubungan yang sebaik-baiknya.

### 3. Menitik Beratkan Usaha dan Tingkah Laku yang Baik

Kegiatan humas harus dititik beratkan kepada moral dan kelakuan yang baik. Dengan menyadari tujuan humas yakni menciptakan, membina dan memelihara sikap yang menyenangkan pihak organisasi dan pihak publik, maka moral dan kelakuan yang baik yang harus ditujukan oleh humas adalah merupakan keharusan. Bagaimanapun bisa menciptakan sikap yang menyenangkan dan suasana yang harmonis, apabila humas tidak mendapat kepercayaan, baik dari organisasi maupun dari publik. Untuk mendapatkan kepercayaan ini, harus menunjukkan moral yang tinggi dan kelakuan yang baik.

Karena banyaknya definisi hubungan masyarakat tersebut, maka para pemraktek hubungan masyarakat sedunia yang terhimpun dalam *The International Public relations Association* bersepakat untuk merumuskan sebuah definisi yang diharapkan dapat diterima oleh semua pihak. Definisinya adalah sebagai berikut: “Hubungan masyarakat adalah fungsi manajemen dari budi yang dijalankan secara berkesinambungan dan berencana, dengan mana organisasi-organisasi dan lembaga-lembaga yang bersifat umum dan pribadi berusaha memperoleh dan membina pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada sangkut pautnya atau yang mungkin ada sangkut-pautnya dengan menilai pendapat umum diantara mereka dengan tujuan sedapat mungkin menghubungkan kebijaksanaan dan ketatalaksanaan mereka, guna mencapai kerjasama yang lebih produktif dan untuk melaksanakan kepentingan bersama yang lebih efisien,

dengan melancarkan informasi yang berencana dan tersebar luas” (Effendy, 2004: 134).

## **b. Aktivitas Humas**

Aktivitas secara umum dapat diartikan sebagai kegiatan pelaksanaan tugas-tugas dan fungsi pokok dalam sistem. Pada dasarnya aktivitas humas meliputi kegiatan mulai dari pembenahan organisasi itu sendiri (*The PR begins at home*), hingga kegiatan yang bersifat membangun atau menciptakan citra perusahaan (*image building dan creativity*) dan hubungan yang positif di mata publiknya (Ruslan, 2008: XII).

Menurut Ruslan (2008: 26) peran komunikasi dalam suatu aktivitas manajemen perusahaan atau instansi biasanya dilaksanakan oleh pihak humas. Dengan peranan yang dilaksanakan tersebut, pejabat humas (PRO Manager) akan melakukan fungsi-fungsi manajemen perusahaan, yang secara garis besar aktivitas utamanya berperan sebagai berikut:

### *1. Communicator*

Artinya kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak/elektronik dan lisan (*Spoke Person*) atau tatap muka dan sebagainya. Disamping itu juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuador.

### *2. Relationship*

Kemampuan humas untuk membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal. Juga berupaya

menciptakan hubungan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerja sama dan toleransi antar kedua belah pihak tersebut.

### 3. *Back up Management*

Melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, personalia dan sebagainya untuk mencapai tujuan pokok perusahaan.

### 4. *Good Image Maker*

Menciptakan citra atau publikasi yang positif merupakan prestasi, reputasi dan sekaligus menjadi tujuan utama bagi aktivitas humas dalam melaksanakan manajemen kehumasan yaitu membangun citra atau nama baik lembaga/organisasi dan produk yang diwakilinya. Dengan kemampuan–kemampuan yang dimilikinya diharapkan humas tidak hanya mampu membangun citra atau identitas perusahaan, tetapi juga mampu menghadapi krisis (*Facing of Crisis*) termasuk menghadapi keluhan–keluhan dari pelanggan. Selain itu, aktivitas yang harus dilakukan humas suatu perusahaan atau instansi adalah menyelenggarakan komunikasi timbal balik (*two way communication*).

Menurut Cutlip dan Center dalam buku *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (1999: 148) proses perencanaan program kerja melalui “proses empat tahapan atau langkah-langkah pokok”, yang menjadi acuan untuk pelaksanaan program kerja kehumasan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dan Mendengarkan (*Research-Listening*)

Dalam tahap ini, penelitian yang dilakukan berkaitan dengan opini, sikap dan reaksi dari mereka yang berkepentingan dengan aksi dan kebijaksanaan-kebijaksanaan suatu organisasi. Setelah itu baru dilakukan pengevaluasian fakta-fakta, dan informasi yang masuk untuk menentukan keputusan berikutnya. Pada tahap ini akan ditetapkan suatu fakta dan informasi yang berkaitan langsung dengan kepentingan organisasi yaitu, *What's our problem?* ( apa yang menjadi masalah kita).

2. Perencanaan dan mengambil keputusan (*Planning-Decision*)

Berdasarkan fakta-fakta atau data tadi humas membuat rencana tentang apa yang harus dilakukan dalam menghadapi problema-problema itu. Untuk menghindari kegagalan-kegagalan dalam melaksanakan tugasnya dan memperoleh hasil yang diharapkan, maka komunikasi itu harus *well-planned* disamping memikirkan anggaran yang diperlukan.

3. Mengkomunikasikan dan Pelaksanaan (*Communication-Action*)

Setelah rencana itu disusun dengan sebaik-baiknya sebagai hasil pemikiran yang mantap atau matang berdasarkan fakta-fakta atau data yang telah dikumpulkannya, humas kemudian melakukan “operasinya”.

4. Mengevaluasi (*Evaluation*)

Mengadakan evaluasi tentang sesuatu kegiatan adalah perlu untuk menilai apakah tujuan itu sudah tercapai, apakah perlu diadakan lagi “operasi” atau perlu menggunakan cara-cara lain untuk mendapatkan hasil yang lebih baik.

Membicarakan mengenai bentuk kegiatan humas pada prakteknya, humas itu sifatnya berdiri sendiri dan merupakan salah satu bagian dari bentuk organisasi fungsional dalam suatu perusahaan tertentu. Pengertian organisasi fungsional itu adalah organisasi yang direncanakan dan disusun berdasarkan sifat dan jenis fungsi yang harus dilaksanakan (Djaja, 1985: 23).

Tujuan dari humas itu bukan lagi hanya memberikan suatu pesan komunikasi yang bersifat informatif dan persuasif, akan tetapi juga harus dapat menciptakan hubungan yang harmonis di antara publik yang berkepentingan. (Djaja, 1985: 25).

Pengertian hubungan yang harmonis dalam membicarakan masalah bentuk kegiatan atau aktivitas humas mencakup kepada arti:

- 1) Humas harus mampu menciptakan kerjasama di antara publik yang mempunyai kepentingan
- 2) Humas harus dapat menumbuhkan saling pengertian di antara publik yang mempunyai kepentingan
- 3) Humas harus dapat menciptakan tumbuhnya rasa kepuasan bersama di antara publik yang berkepentingan.

Menurut Djaja (1985: 25) adapun aktivitas atau Ruang lingkup tugas humas dalam membina hubungan yang harmonis dengan publik terbagi atas dua hal yaitu membina hubungan ke dalam (publik internal) dan membina hubungan ke luar (publik eksternal).

a. Internal Humas

Internal humas adalah salah satu bentuk kegiatan dari humas yang menitik beratkan kegiatannya kepada publik yang ada dalam instansi atau perusahaan tertentu. Publik intern adalah sasaran humas yang terdiri atas orang-orang yang bergiat di dalam organisasi atau perusahaan yang secara fungsional mempunyai tugas dan pekerjaan serta hak dan kewajiban tertentu (Djaja, 1985: 26).

Berdasarkan uraian yang ada, maka bentuk-bentuk dari kegiatan internal humas adalah:

1) Hubungan dengan karyawan (*employee relations*)

Mencapai karyawan yang mempunyai kegairahan kerja adalah tujuan hubungan internal humas (Abdurahman, 2001: 34).

Hal ini dapat diciptakan bila pimpinan memperhatikan kepentingan-kepentingan pegawai baik ditinjau dari segi ekonomi, sosial maupun psikologis. Di dalam usaha-usaha untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dalam perusahaan dan bagi keuntungan perusahaan tersebut, komunikasi yang bersifat “*two-way communication*” penting sekali dan mutlak harus ada, yaitu komunikasi antara pimpinan dengan bawahan dan antara bawahan dengan pimpinan yang merupakan “*feed back*” yang berdasarkan pada “*good human relations*” sesuai dengan prinsip semua humas.

Komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan terhadap bawahan (*downward communication*) tidak akan mengalami banyak kesulitan, tetapi sebaliknya,

komunikasi yang berjalan dari bawah ke atas (*upward communication*) besar kemungkinan akan mengalami hambatan-hambatan. Komunikasi yang informatif dan persuasif itu dapat dilaksanakan dengan tertulis, lisan, dan konseling.

2) Hubungan manusiawi (*human relations*)

Menurut Archibal Williams pada dasarnya, hubungan dengan karyawan meliputi motivasi orang-orang dan amat dipengaruhi oleh asas-asas sifat tabiat manusia dan hubungan yang bersifat manusiawi. Para ahli hubungan manusiawi berpendapat bahwa kunci hubungan manusiawi adalah motivasi. Tujuan dari bentuk hubungan manusiawi ini adalah untuk menumbuhkan kepercayaan pada diri publik karyawan terhadap masalah yang dihadapinya. (Effendy, 1993: 52).

3) Hubungan dengan pemegang saham (*stakeholder relations*)

Salah satu bentuk kegiatan internal humas yang diarahkan bagi usaha untuk menciptakan saling pengertian kerjasama antara publik pemegang saham dengan manajemen yang dijalankan oleh perusahaan. Kegiatan hubungan dengan pemegang saham dapat dilakukan dengan memberikan laporan mengenai status modal perusahaan melalui neraca aktiva dan pasiva perusahaan, menerbitkan majalah atau buletin mengenai kemajuan perusahaan, mengadakan serta mengatur pertemuan atau pembicaraan antara pemegang saham dengan pihak perusahaan.

b. External Humas



Publik external sebagai sasaran kegiatan humas terdiri atas orang-orang atau anggota-anggota masyarakat di luar organisasi, baik yang ada kaitannya dengan organisasi maupun yang diharapkan atau diduga tidak ada kaitannya dengan organisasi. Ekternal humas ini bertujuan untuk mencari serta mendapatkan dukungan dari publik yang berada di luar organisasi atau perusahaan tersebut (Djaja, 1985: 28).

Bentuk-bentuk kegiatan external humas terbagi kepada beberapa bentuk kegiatan yaitu:

1) Hubungan dengan pelanggan (*customer relations*)

Bagi suatu perusahaan pelanggan itu merupakan faktor yang teramat penting, jelas sekali, karena maju mundurnya suatu perusahaan ditentukan oleh pelanggan. Bahkan validnya perusahaan terutama disebabkan oleh faktor pelanggan. Dalam hubungan dengan pelanggan ini kegiatan yang dilakukan oleh humas di arahkan kepada menciptakan hubungan kepada pelanggan sebagai publik pemakai jasa. Seorang humas dalam menciptakan dengan pelanggan dapat melakukannya dalam bentuk periklanan, publisitas, dan sales promotion.

2) Hubungan dengan pemerintah (*government relations*)

Sebuah organisasi kekayaan tidak bisa tidak, akan berhubungan dengan instansi instansi pemerintah, seperti Kotamadya atau Kabupaten, Kecamatan, Kantor Telepon, Kantor Pajak, Bank-Bank Pemerintah, PLN, dan lain sebagainya. Komunikasi dengan jawatan-jawatan tersebut dalam rangka

membina good will dan hubungan harmonis, akan banyak membantu dan memperpanjang jalannya organisasi atau perusahaan.

Komunikasi dengan pejabat-pejabat instansi tersebut bisa dilakukan dengan mengirimkan surat ucapan selamat jika instansi-instansi itu berulang tahun, mengirimkan kalender atau agenda tahunan, mengadakan pertandingan olahraga, dan sebagainya. Dengan demikian seorang pelaksana hubungan dengan pemerintah dapat menguasai peraturan-peraturan pemerintah dan berhubungan baik dengan pemerintah,

3) Hubungan dengan komunitas (*community relations*)

Yang dimaksud dengan komunitas adalah orang-orang yang berada atau bertempat tinggal disekitar kompleks organisasi atau perusahaan. Komunikasi dengan mereka perlu senantiasa dilakukan, karena mereka sewaktu-waktu mungkin diperlukan. Hubungan dengan komunitas berorientasi kepada kegiatan (*action oriented*) yakni kegiatan yang dilakukan oleh lembaga, dalam hal ini tentu humas sebagai pelaksananya yang bersifat partisipatif. Dengan partisipasi itu maka keuntungan bukan saja milik lembaga tetapi juga masyarakat sekitar.

Cultip dan Center mengatakan bahwa, dalam rangka pelaksanaan hubungan dengan komunitas, penting diketahui apa yang menjadi atau didambakan komunitas bagi kesejahteraan, apa yang diharapkan dari organisasi sebagai urunan untuk kesejahteraannya itu, dan bagaimana cara menilai kontribusi tersebut.

4) Hubungan dengan pers (*pers relations*)

Yang dimaksud pers di sini, ialah pers dalam arti luas, yakni semua media massa, meliputi surat kabar, majalah, radio, televisi, dan lainnya. Penting sekali bagi seorang humas untuk mempunyai hubungan yang baik dengan media. Di era globalisasi sekarang ini, peranan media massa begitu ampuh dalam penyebarluaskan informasi. Media massa tersebut banyak sekali membantu organisasi kekeayaan untuk mencapai publik yang tersebar luas. Hubungan baik yang terpelihara terus dengan orang media massa, akan memperlancar kegiatan publikasi.

Tujuan kegiatan *pres relations* ini adalah untuk memberikan informasi mengenai suatu kegiatan yang dilakukan perusahaan melalui *pres* atau media, dimana pada tahap selanjutnya pers akan penyebarluaskan informasi tersebut melalui pemberitaannya kepada masyarakat luas. Komunikasi dengan mereka dapat dilakukan dengan secara anjangan kepada staf redaksi, mengirimkan kalender tahunan, memberikan ucapan selamat ketika ada event-event khusus, mengajak mereka berpartisipasi dalam kegiatan lainnya.

**c. Citra**

Frank Jefkins, dalam bukunya “*Publik Relations Technique*” menyimpulkan bahwa secara umum, citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalaman (Soemirat dan Ardianto, 2004: 88).

Menurut Bill Canton dalam Sukantendel (1990), mengatakan bahwa citra adalah pesan, perasaan, gambaran diri publik terhadap perusahaan atau organisasi, pesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek orang atau organisasi (Soemirat dan Ardianto, 2004: 111-112).

Citra adalah suatu gambaran tentang mental; ide yang dihasilkan oleh imajinasi atau kepribadian yang ditunjukkan kepada publik oleh seseorang, organisasi, dan sebagainya (Oliver, 2007: 50).

Citra adalah tujuan utama yang dan sekaligus merupakan reputasi yang hendak dicapai bagi dunia humas. Pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk, seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negatif yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya (Ruslan, 1999: 62).

Penilaian atau tanggapan masyarakat tersebut dapat berkaitan dengan timbulnya rasa hormat (respek), kesan-kesan yang baik dan menguntungkan terhadap suatu citra lembaga/organisasi atau produk barang atau jasa yang diwakili oleh pihak humas. Biasanya landasan citra itu berakar dari “nilai-nilai kepercayaan” yang kongkretnya diberikan secara individual, dan merupakan pandangan atau persepsi. Proses akumulasi dan kepercayaan yang telah diberikan individu-individu tersebut akan mengalami suatu proses cepat atau lambat untuk membentuk opini publik yang lebih luas, yang biasanya sering dinamakan citra (Ruslan, 1999: 62-63).

Ketika sebuah perusahaan mengalami “krisis kepercayaan” dari publik atau masyarakat umum, maka akan membawa dampak negatif terhadap citranya. Bahkan akan terjadi penurunan citra sampai pada titik yang paling rendah (*lost of image*). Pihak humas akan menghadapi resiko yang cukup besar ketika citra dan kepercayaan masyarakat terganggu atau mengalami suatu krisis.

Praktisi humas senantiasa dihadapkan pada tantangan dan harus menanggapi berbagai macam fakta yang sebenarnya, terlepas dari apakah itu hitam, putih, atau abu-abu perkembangan komunikasi tidak memungkinkan lagi bagi suatu organisasi untuk menutup-nutupi satu fakta. Oleh karena itu, para praktisi humas kini jauh lebih dituntut untuk mampu menjadikan orang-orang lain memahami sesuatu pesan, demi menjaga reputasi atau citra lembaga atau perusahaan yang diwakilinya (Anggoro, 2001: 59).

Menurut Ruslan dalam bukunya *Manajemen Public relations dan Media Komunikasi* (2008: 77) ada beberapa jenis citra (*Image*) yang dikenal di dunia aktivitas hubungan masyarakat, dibedakan satu dengan yang lain sebagai berikut:

1. Citra cermin (*mirror image*)

Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi, biasanya adalah pemimpinnya mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Dengan kata lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya. Citra ini sering kali tidak tepat, bahkan hanya sekedar ilusi, sebagai akibat dari tidak memadainya informasi, pengetahuan ataupun pemahaman yang dimiliki oleh kalangan

dalam organisasi itu mengenai pendapat atau pandangan pihak-pihak luar. Citra ini cenderung positif, bahkan terlalu positif, karena kita bisa membayangkan hal yang serba hebat mengenai diri sendiri sehingga kita percaya bahwa orang-orang lain mempunyai yang tidak kalah hebatnya atas diri kita. Setelah di adakan studi tentang tanggapan dan citra dimasyarakat ternyata terjadi perbedaan antara yang diharapkan dengan kenyataan citra di lapangan, bisa jadi justru citra negatif yang muncul.

2. Citra kini / berlaku (*current image*)

Citra kini atau citra yang berlaku ini adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi atau perusahaan. Citra kini tidak selamanya, bahkan jarang, sesuai dengan kenyataan karena semata-mata terbentuk dari pengalaman atau pengetahuan orang-orang luar yang bersangkutan yang biasanya tidak memadai. Citra ini amat ditentukan oleh banyak sedikitnya informasi yang dimiliki oleh penganut atau mereka yang mempercayainya. Ketika pengalaman dan informasi kurang baik penerimaannya, maka pihak humas akan menghadapi resiko yang sifatnya permusuhan, kecurigaan, prasangka buruk hingga muncul kesalah pahaman (*misunderstanding*) yang menyebabkan citra kini yang di tanggapinya secara tidak adil atau bahkan kesan negatif yang diperolehnya.

3. Citra keinginan (*wish image*)

Citra keinginan adalah suatu citra yang ingin dicapai oleh pihak manajemen terhadap lembaga atau perusahaan, atau produk yang di tampilkan tersebut

lebih di kenal (*good awarness*), menyenangkan dan diterima dengan kesan yang positif diberikan (*take and give*) oleh publiknya atau masyarakat umum. Biasanya citra harapan lebih baik atau lebih menyenangkan daripada citra yang ada, walaupun kdalam kondisi tertentu citra yang terlalu baik juga merepotkan. Namun umumnya, yang disebut citra harapan itu memang sesuatu yang berkonotasi lebih baik.

4. Citra perusahaan (*corporate image*)

Jenis citra ini adalah yang berkaitan dengan sosok perusahaan sebagai tujuan utamanya, bagaimana citra perusahaan (*corporate image*) yang positif lebih dikenal serta diterima oleh publiknya, mungkin tentang sejarahnya, kualitas pelayanan prima, keberhasilan dalam marketing, dan hingga berkaitan dengan tanggung jawab sosial (*social care*) lainnya.

5. Citra serbaneka (*multiple image*)

Setiap perusahaan atau organisasi pasti memiliki banyak unit dan pegawai (anggota). Masing-masing unit dan individu tersebut memiliki perangai dan perilaku tersendiri, sehingga secara sengaja atau tidak mereka pasti memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara keseluruhan. Citra ini merupakan pelengkap dari citra perusahaan, misalnya bagaimana pihak humas akan menampilkan pengenalan (*awarness*) terhadap identitas, atribut logo, *brand's name*, seragam (*unniform*) para *front liner*, sosok gedung, dekorasi lobby kantor dan penampilan para profesionalnya.

6. Citra penampilan (*performance image*)

Citra penampilan ini lebih ditujukan kepada subjeknya, bagaimana kinerja atau penampilan diri (*performer image*) para profesional pada perusahaan yang bersangkutan, misalnya dalam memberikan berbagai bentuk dan kualitas pelayanannya, bagaimana pelaksanaan etika menyambut telepon, tamu, dan pelanggan serta publiknya, serba menyenangkan dan memberikan kesan yang selalu baik.

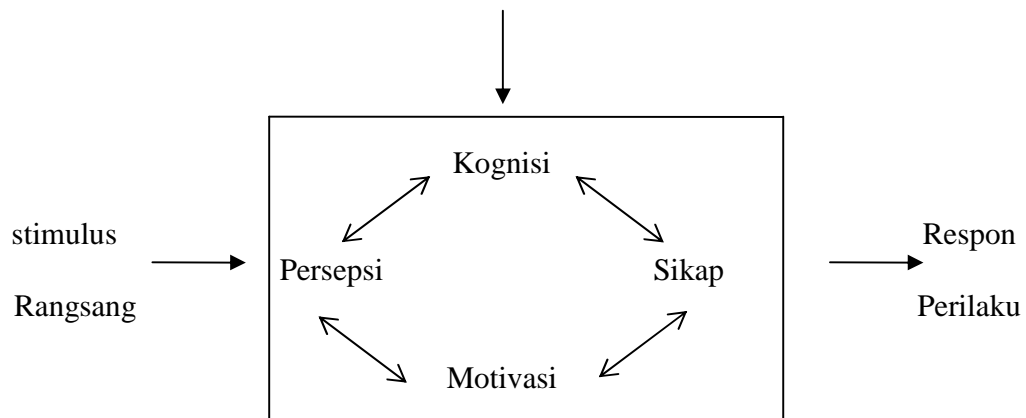
**d. Proses Pembentukan Citra**

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertian tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tersebut. Solomon dalam Rakhmat, menyatakan semua sikap bersumber pada organisasi kognitif pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuan dan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan (Soemirat dan Ardianto, 2004: 114).

Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh Jhon S. Nimpoeneo, dalam laporan penelitian tentang tingkah laku konsumen, seperti yang dikutip Danasaputra sebagai berikut:



Gambar 1.  
Model Pembentukan Citra  
Pengalaman Mengenai Stimulus



Sumber: (Soemirat dan Ardianto, 2005: 115)

Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang.

Kognisi yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup dapat mempengaruhi perkembangan kondisinya

Motivasi dan sikap yang ada akan mengerakan respon seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu guna mencapai suatu tujuan.

Sikap adalah kecenderungan bertindak, bersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu.

Sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Sikap menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan, dan diinginkan.

Proses pembentukan citra pada akhirnya akan menghasilkan sikap, pendapat, tanggapan, atau perilaku tertentu. Untuk mengetahui bagaimana citra suatu perusahaan atau lembaga dibenak publiknya dibutuhkan adanya suatu penelitian. Melalui penelitian, perusahaan atau suatu organisasi dapat mengetahui secara pasti sifat publik terhadap lembaganya, mengetahui apa yang disukai dan apa yang tidak disukai oleh publiknya (Soemirat dan Ardianto, 2005: 116).

## **2. Konsep Operasional**

Untuk menghindari adanya kesalahan dalam penafsiran mengenai konsep-konsep penelitian pada PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, maka sejumlah konsep yang masih abstrak dioperasionalkan lebih lanjut agar benar-benar menyentuh gejala yang ditemui, berdasarkan konsep-konsep tersebut dapat diambil indikator sebagai berikut:

### **Aktivitas Humas dalam membentuk citra positif:**

1. Humas harus mampu menjadi komunikator yang baik, memberikan pengetahuan dan informasi-informasi kepada publik mengenai perusahaan

baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak/elektronik

2. Humas harus mampu membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal. Dengan tujuan publik memberikan citra yang positif terhadap perusahaan.
3. Humas harus dapat menciptakan hubungan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerja sama dan toleransi antar kedua belah pihak, sehingga kesan yang diperoleh publik berdasarkan pengetahuan dan pengertian tentang fakta-fakta perusahaan positif.
4. Humas mampu melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain seperti manajemen promosi, pemasaran, operasional, dan personal sehingga citra yang terbentuk dimasyarakat positif.
5. Humas mampu membangun citra atau nama baik perusahaan.
6. Humas mampu menghadapi krisis yang terjadi di perusahaan dan mampu menghadapi keluhan pelanggan, sehingga publik mendapatkan kesan yang baik tentang perusahaan dan pada akhirnya citra yang perusahaan berkembang positif.

## **G. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Dimana penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi lainnya (Ruslan, 2003: 202).

Menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2004: 4) metodologi penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

### **2. Lokasi dan Waktu Penelitian**

- a. Penelitian ini dilakukan di PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru jalan Jendral Sudirman No. 285 Pekanbaru.
- b. Penelitian ini dilakukan selama 4 bulan terhitung mulai dari bulan Januari 2009 hingga April 2010.

### **3. Subjek dan Objek Penelitian**

- a. Subjek dalam penelitian ini adalah pegawai Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru.
- b. Objek dalam penelitian ini adalah aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru Dalam Membentuk Citra positif Perusahaan.

### **4. Populasi dan Sampel**

- a. Populasi adalah totalitas dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap yang akan diteliti. Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah pegawai Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru.
- b. Dalam penelitian kualitatif sampel disebut dengan *informan*. Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah pegawai Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru. Pemilihan *informan* dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik purposif sampling. Dimana purposif sampling adalah memilih orang-orang tertentu berdasarkan tujuan yang diambil penulis. Penulis mengambil *informan* sebanyak 3 orang, yaitu Kacab PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, Kasubag Humas, dan Arjun Arsiparis PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru. Penentuan informan dipilih berdasarkan kemampuan data informan tersebut dalam memberikan informasi yang dibutuhkan.

## **5. Jenis Data**

### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari objek penelitian perorangan, ataupun kelompok berupa tanggapan tentang pertanyaan yang disampaikan peneliti. Terdapat dua metode dalam pengumpulan data primer yaitu melalui wawancara dan observasi (Ruslan, 2003: 138).

Pemilihan informan bergantung pada penelitian itu sendiri. Dalam penelitian kualitatif tidak dipermasalahkan jumlah informan. Prosedur

informan yang terpenting adalah menentukan informan kunci (*key informan*) atau situasi sosial tertentu dengan syarat informasi sesuai dengan fokus penelitian.

Adapun yang menjadi informan kunci (*key informan*) dalam penelitian ini adalah Kabag Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru (Eko Supriyatno SH). Apabila proses pengumpulan data pada nantinya sudah tidak ditemukan lagi variasi informasi, maka peneliti tidak perlu mencari informan baru, proses pengumpulan informasi dianggap sudah selesai. Dengan demikian penelitian kualitatif tidak dipersoalkan jumlah informannya, jumlah informan dapat diambil dengan jumlah yang sedikit ataupun jumlah banyak, terutama tergantung dari tepat tidaknya pemilihan informan kunci dan kompleksitas serta fenomena sosial yang diteliti sampai berakhirnya pengumpulan informasi.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari instansi yang telah tersedia, yang berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi (Ruslan, 2003: 138).

## **6. Teknik Pengumpulan Data**

- a. Wawancara (interview) yaitu cara pengumpulan data melalui tanya jawab langsung dengan personel dan untuk mendapatkan data sesuai dengan penelitian.

- b. Observasi adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan penginderaan (Bungin, 2008: 115). Sedangkan yang akan diobservasi adalah aktivitas Humas PT. Jasa Raharja dalam membentuk citra positif.
- c. Dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis (Bungin, 2008: 121). Dalam dokumentasi ini peneliti memanfaatkan arsip-arsip dan dokumen perusahaan, buku-buku, majalah, surat kabar, serta sumber bacaan lain untuk mendapatkan data yang berhubungan dengan penelitian.

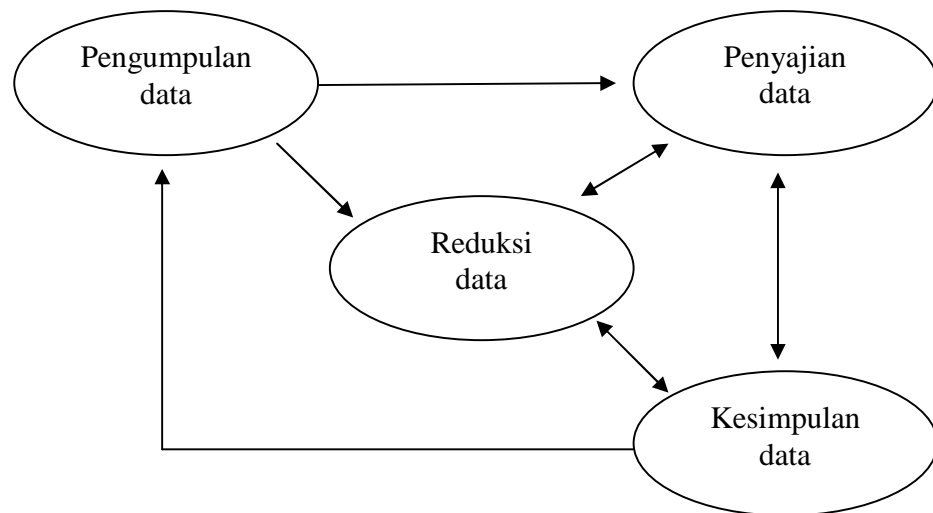
## **7. Teknik Analisis Data**

Untuk menganalisa terhadap perumusan masalah yang ada digunakan metode analisis deskriptif kualitatif. Sesuai dengan pendekatan yang digunakan yaitu deskriptif, maka dalam menganalisa data yang berhasil dikumpulkan tidak digunakan uji statistik melainkan non statistik sesuai dengan penelitian yang bersifat kualitatif. Denzin dan Lincoln menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode seperti wawancara, pengamatan dan pemanfaatan dokumen (Moleong, 2004: 5).

Menurut Patilima (2005: 88) pada analisis data kualitatif, kata-kata dibangun dari hasil wawancara atau pengamatan terhadap data yang dibutuhkan untuk dideskripsikan dan dirangkum.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan teknik analisis data interaktif Miles dan Huberman seperti yang terlihat pada gambar:

Gambar 2.  
Analisis Model Interaktif



Sumber: Miles dan Huberman (dalam Patilima, 2005: 100)

Teknik analisis data pada model interkatif menurut Miles dan Huberman ini menunjukkan adanya sifat interaktif antara kolektif data atau pengumpulan data. Analisis data yang dimaksud yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi atau penarik kesimpulan. Reduksi data adalah mengelola data dengan bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak diperlukan serta mengorganisir data tersebut. Dengan mengorganisir data maka dapat dengan mudah menyajikakn atau memaparkan data-data yang diperlukan yang disimpulkan dengan cara induktif pada penelitian, dengan demikian dapat



ditarik kesimpulan atau verifikasi dalam menganalisis data penelitian (Patilima, 2005: 99).

## **H. Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan penelitian ini, penulis membagi dalam lima bab bahasan, dimana masing-masing bab dibagi menjadi sub bab dengan uraian sebagai berikut

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisikan mengenai latar belakang, alasan pemilihan judul, penegasan istilah, permasalahan, tujuan kegunaan penelitian, kerangka teoritis, konsep operasional, metode penelitian serta sistematika penulisan.

### **BAB II : GAMBARAN UMUM**

Pada bab ini penulis membahas mengenai lokasi penelitian yang terdiri dari Sejarah Umum, Susunan Kelembagaan, Visi dan Misi PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru.

### **BAB III : PENYAJIAN DATA**

### **BAB IV : ANALISA DATA**

### **BAB V : PENUTUP**

Merupakan penutup dari pembahasan bab-bab sebelumnya dan mengemukakan kesimpulan dan saran sebatas kemampuan penulis.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

#### **A. Sejarah PT. Jasa Raharja**

Sebagai upaya nyata untuk memberikan jaminan dan perlindungan sosial akibat kecelakaan lalu lintas, pemerintah mengadakan pembentukan dana-dana melalui iuran-iuran wajib bagi para penumpang kendaraan bermotor umum, kereta api, pesawat terbang, perusahaan penerbangan nasional dan perusahaan perkapalan atau pelayaran nasional.

Sejalan dengan segi sosial, iuran-iuran wajib tersebut juga berfungsi sebagai alat untuk menjalankan aksi menabung guna menekan inflasi serta menambah dana investasi pembangunan yang pelaksanaan dan pengaturannya dilakukan oleh Departemen Urusan Pendapatan, Pembiayaan, dan Pengawasan.

Perusahaan Negara Asuransi Kerugian Jasa Raharja (PN AKJR) didirikan pada 1 Januari 1965 berdasarkan Peraturan Pemerintah No.8 tahun 1965 dengan tugas utamanya melaksanakan UU No. 33 tahun 1964 untuk menyantuni korban kecelakaan penumpang darat, laut, dan udara serta UU No.34 tahun 1964 untuk menyantuni korban kecelakaan lalu lintas akibat tertabrak kendaraan bermotor, tabrakan dua kendaraan atau lebih dan tertabrak kereta api.

Sejarah berdirinya PT. Jasa Raharja tidak terlepas dari adanya peristiwa pengambil alihan atau nasionalisasi perusahaan-perusahaan milik Belanda oleh

pemerintah republik Indonesia. Sesuai dengan peraturan pemerintah (PP) No.3 tahun 1960, pengumuman Menteri Urusan Pendapatan, Pembiayaan dan Pengawasan RI No.12631/BUMN II tanggal 9 Februari 1960, terdapat delapan perusahaan asuransi yang ditetapkan sebagai perusahaan asuransi kerugian negara (PAKN) dan sekaligus diadakan pengelompokan dan penggunaan nama perusahaan sebagai berikut :

1. Fa. Blom & Van Der Aa, Fa. Bekouw & Mijnsen, Fa. Sluijters & co, setelah dinasionalisasi digabungkan menjadi satu bernama PAKN Ika Bhakti.
2. NV. Assurantie Maatschappij Djakarta, NV. Assurantie Kantoor Langeveldt-Schroder, setelah dinasionalisasi digabungkan menjadi satu, dengan nama PAKN Ika Dharma.
3. NV. Assurantie Kantoor CWJ Schlencker, NV. Kantor Asuransi "Kali Besar", setelah dinasionalisasi digabungkan menjadi satu, dengan nama PAKN Ika Mulya.
4. PT. Maskapai Asuransi Arah Baru setelah dinasionalisasi diberi nama PAKN Ika Sakti.

Perkembangan organisasi perusahaan tidak berhenti sampai disitu saja, karena dengan adanya pengumuman Menteri Urusan Pendapatan, Pembiayaan dan Pengawasan RI No. 294293/BUMN II tanggal 31 Desember 1960, keempat

perusahaan tersebut di atas digabung dalam satu perusahaan asuransi kerugian negara (PAKN) "Ika Karya." Selanjutnya PAKN Ika Karya berubah nama menjadi perusahaan negara asuransi kerugian (PNAK) Eka Karya.

Berdasarkan PP No.8 tahun 1965 dengan melebur seluruh kekayaan, pegawai dan segala hutang piutang PNAK Eka Karya, mulai 1 Januari 1965 dibentuk Badan Hukum baru dengan nama 'Perusahaan Negara Asuransi Kerugian Jasa Raharja' dengan tugas khusus mengelola pelaksanaan undang-undang (UU) No.33 dan undang-undang (UU) No.34 tahun 1964. Penunjukkan PNAK Jasa Raharja sebagai pengelola kedua undang-undang tersebut ditetapkan berdasarkan Surat Keputusan Menteri Urusan Pendapatan, Pembiayaan dan Pengawasan RI No. BAPN 1-3-3 tanggal 30 Maret 1965.

Pada tahun 1970, PNAK Jasa Raharja diubah statusnya menjadi Perusahaan Umum (Perum) Jasa Raharja. Perubahan status ini dituangkan dalam Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia No. Kep.750/KMK/IV/II/1970 tanggal 18 November 1970, yang merupakan tindak lanjut dikeluarkannya UU. No.9 tahun 1969 tentang Bentuk- Bentuk Badan Usaha Negara.

Pada tahun 1978 yaitu berdasarkan PP No.34 tahun 1978 dan melalui Surat Keputusan Menteri Keuangan Republik Indonesia yang selalu diperpanjang pada setiap tahun dan terakhir No. 523/KMK/013/1989, selain mengelola

pelaksanaan UU No.33 dan UU No. 34 tahun 1964, Jasa Raharja diberi tugas baru menerbitkan surat jaminan dalam bentuk Surety Bond. Kemudian sebagai upaya pengembalian rasa tanggung jawab sosial kepada masyarakat khususnya bagi mereka yang belum memperoleh perlindungan dalam lingkup UU No.33 dan UU No.34 tahun 1964, maka dikembangkan pula usaha Asuransi Aneka.

Kemudian dalam perkembangan selanjutnya, mengingat usaha yang ditangani oleh Perum Jasa Raharja semakin bertambah luas, maka pada tahun 1980 berdasarkan PP No.39 tahun 1980 tanggal 6 November 1980, status Jasa Raharja diubah lagi menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) dengan nama PT (Persero) Asuransi Kerugian Jasa Raharja atau disingkat menjadi PT. Jasa Raharja, yang kemudian pendiriannya dikukuhkan dengan Akte Notaris Imas Fatimah, SH No.49 tahun 1981 tanggal 28 Februari 1981, yang telah beberapa kali diubah dan ditambah terakhir dengan Akte Notaris Imas Fatimah, SH No.59 tanggal 19 Maret 1998 berikut perbaikannya dengan Akta No.63 tanggal 17 Juni 1998 dibuat dihadapan notaris yang sama.

Pada tahun 1994, sejalan dengan diterbitkan UU No.2 tahun 1992 tentang Usaha Perasuransian, yang antara lain mengharuskan bahwa Perusahaan Asuransi yang telah menyelenggarakan program asuransi sosial dilarang menjalankan asuransi lain selain program asuransi sosial, maka terhitung mulai tanggal 1 Januari 1994 Jasa Raharja melepaskan usaha non wajib dan surety bond dan

kembali menjalankan program asuransi sosial yaitu mengelola pelaksanaan UU. No.33 tahun 1964 dan UU. No.34 tahun 1964 (Sumber: Arsip PT. Jasa Raharja (Persero) Cabang Pekanbaru) .

## **B. Visi dan Misi**

Visi PT. Jasa Raharja yaitu menjadi perusahaan terkemuka di bidang Asuransi dengan mengutamakan penyelenggaraan program Asuransi Sosial dan Asuransi Wajib sejalan dengan kebutuhan masyarakat.

Misi PT. Jasa Raharja tertuang dalam Catur Bakti Ekakarsa Jasa Raharja yang berisi:

1. Bakti kepada Masyarakat, dengan mengutamakan perlindungan dasar dan pelayanan prima sejalan dengan kebutuhan masyarakat.
2. Bakti kepada Negara, dengan mewujudkan kinerja terbaik sebagai penyelenggara Program Asuransi Sosial dan Asuransi Wajib, serta Badan Usaha Milik Negara.
3. Bakti kepada Perusahaan, dengan mewujudkan keseimbangan kepentingan agar produktivitas dapat tercapai secara optimal demi kesinambungan Perusahaan.
4. Bakti kepada Lingkungan, dengan memberdayakan potensi sumber daya bagi keseimbangan dan kelestarian lingkungan (Sumber: Arsip PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru).

### **C. Moto Perusahaan**

“Utama dalam perlindungan, prima dalam pelayanan”.

Kebijakan mutu perusahaan menerapkan sistem kerja terpadu dengan menjadikan mutu terbaik sebagai budaya kerja untuk mendukung kegiatan perusahaan yang efisien dan produktif.

### **D. Aktivitas Perusahaan**

Sebagai instansi yang berada di bawah naungan Departemen Keuangan, Jasa Raharja ditunjuk secara langsung oleh pemerintah sebagai pelaksana UU No.33 dan UU No.34 tahun 1964. Jasa Raharja mempunyai tugas pokok memberi santunan kepada korban kecelakaan di darat, laut dan udara (hasil wawancara, tanggal 5 Januari 2010).

Dalam aktivitasnya PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru mempunyai jaringan atau bekerjasama dengan polisi. Dalam hal kecelakaan meninggal dunia, polisi melaporkan secara khusus kecelakaan yang terjadi dalam tempo 3 x 24 jam. Atas dasar laporan itu, kemudian Jasa Raharja akan menyimpulkan siapa ahli waris korban yang berhak memperoleh santunan. Sedangkan bagi korban yang mengalami luka-luka, PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru juga bekerjasama dengan sejumlah Rumah sakit. Diantaranya Rumah Sakit Ibnu Sina, Bhayangkara, Eka Hospital, Awal Bross, Santa Maria dan PMC. Dipilihnya Rumah Sakit tersebut karena mempunyai sistem dan manajemen yang dinilai

bagus (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Riau, 18 Februari 2010).

Keberadaan Jasa Raharja bertujuan untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat yang tertimpa musibah kecelakaan. Untuk mengurus dana santunan masyarakat hanya diminta melengkapi persyaratan sebagaimana yang telah ditentukan. Dana santunan yang diperoleh Jasa Raharja berasal dari iuran wajib penumpang dan sumbangan wajib dana kecelakaan lalu lintas jalan (SWDKLLJ) setiap kendaraan.

Khusus bagi korban meninggal dunia, santunan diberikan kepada ahli waris melalui nomer rekening keluarga ahli waris. Besarnya nilai santunan bagi penumpang kendaraan di darat dan laut yakni, meninggal dunia maksimal Rp. 25 juta, cacat tetap Rp. 25 juta, dan luka-luka Rp. 10 juta. Sedangkan korban kecelakaan di udara yakni, meninggal 50 juta (maksimal), dan luka-luka Rp.25 juta. Adapun pengertian cacat yang dimaksud adalah, bagian organ tubuh yang tidak bisa berfungsi lagi namun harus didukung oleh keterangan dokter (Sumber: Arsip PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru).

Tugas pokok PT. Jasa Raharja yaitu mengelola UU No.33 dan UU No.34 tahun 1964 yang berisi sebagai berikut:

1. UU No. 33

Setaraf dengan kemajuan teknik modern dalam penghidupan manusia bermasyarakat, terkandung bahaya yang kian meningkat disebabkan kecelakaan-kecelakaan di luar kesalahannya. Pada dasarnya, setiap warga



negara harus mendapat perlindungan terhadap kerugian yang diderita karena resiko-resiko demikian. Ini merupakan suatu pemikiran sosial. Oleh karena keadaan ekonomi dan keuangan dewasa ini belum mengizinkan, bahwa segala akibat mengadakan jaminan sosial tersebut ditampung oleh pemerintah, maka perlu usaha ini dilakukan secara gotong-royong. Manifestasi dari kegotong-royongan ini adalah dengan pembentukan dana-dana yang cara pemupukannya dilakukan dengan mengadakan iuran-iuran wajib, dimana akan dianut *principe* bahwa yang dikenakan iuran wajib tersebut adalah hanya golongan atau mereka yang berada atau mampu saja, sedangkan hasil pemupukannya akan dilimpahkan juga kepada perlindungan jaminan rakyat banyak (Salinan Penjelasan UU No.33 tahun 1964).

Pelaksanaan UU No. 33 tahun 1964 yaitu untuk menyantuni korban kecelakaan penumpang darat, laut, dan udara. Jaminan penumpang diatur dalam UU No. 33 Jo PP No 17 tahun 1995. Mereka yang berhak atas santunan setiap penumpang sah angkutan umum, baik darat, laut maupun udara.

## 2. UU NO. 34

Ketetapan Majelis Permusyawaratan Rakyat Sementara No.II/MPRS/1960 beserta lampiran-lampirannya, sebagai langkah pertama menuju ke suatu sistem jaminan sosial (*social security*) dianggap perlu untuk mengadakan dana kecelakaan lalu lintas. Sesuai dengan keputusan MPR tersebut, dana

yang terhimpun yang belum digunakan dalam waktu dekat untuk menutup akibat keuangan disebabkan karena kecelakaan lalu lintas jalan, dapat disalurkan penggunaannya untuk pembiayaan rencana-rencana pembangunan (Salinan Penjelasan UU No. 34 tahun 1964).

Pelaksanaan UU No.34 tahun 1964 untuk menyantuni korban kecelakaan lalu lintas akibat tertabrak kendaraan bermotor, tabrakan dua kendaraan atau lebih dan tertabrak kereta api. Jaminan bagi korban kecelakaan lalu lintas jalan pengaturannya dalam UU No. 34 tahun 19964 Jo PP No 18 tahun 1995. Korban yang berhak atas santunan yakni korban yang tertabrak kendaraan bermotor dan kereta api (setiap orang berada di luar alat angkutan lalu lintas jalan yang menimbulkan kecelakaan). Juga tabrakan 2 atau lebih kendaraan bermotor dalam posisi benar. Sementara untuk kasus kecelakaan tabrak lari pemberian santunannya harus dilakukan penelitian terlebih dahulu. Setiap pembelian karcis angkutan kendaraan umum yang sah maka penumpang terjamin oleh Jasa Raharja.

Dana santunan dihimpun dari iuran wajib penumpang umum saat membayar ongkos atau tiket dan sumbangan wajib dana kecelakaan lalu lintas (SWDKLL). Juga dari pemilik kendaraan bermotor mendaftarkan atau pengesahan ulang STNK kendaraan bermotor di kantor Samsat setiap tahunnya.

### **E. Budaya Kerja**

#### **1. Tanggap**

Peka, proaktif dalam membantu masyarakat yang terkena musibah.

#### **2. Tangkas**

Mampu melaksanakan tugas, semangat kerja dan integritas yang tinggi, loyal dan profesional.

#### **3. Tangguh**

Sopan, berkepribadian, berilmu dan beriman, yang selalu mengutamakan kepentingan masyarakat banyak.

### **F. Keberadaan Humas PT. Jasa Raharja**

Setiap perusahaan membutuhkan citra yang baik, dengan citra yang baik perusahaan memiliki daya saing yang kuat, tidak mudah goyah oleh berbagai gejolak di dunia industri dan jasa. Citra juga dapat menjadi perisai di kala perusahaan menghadapi krisis. Penting sekali bagi perusahaan milik negara (BUMN) seperti Jasa Raharja, dengan citra yang baik maka operasional perusahaan menjadi lebih efisien dan eksistensi perusahaan semakin diakui oleh publik.

Bagaimana Jasa Raharja dimata masyarakat bergantung pada peran humas dalam mencitrakan dan menginformasikan peran dan fungsi Jasa Raharja secara jelas kepada seluruh *stakeholders*. Langkah inilah yang dilakukan PT. Jasa Raharja dalam upaya membangun citra dimata masyarakat. Sejak awal tahun

2009, Jasa Raharja menempatkan humas sebagai jabatan struktural. Peran humas sebagai corong dan ujung tombak perusahaan mempunyai tempat yang berdiri sendiri di dalam tatanan manajemen. Humas ditempatkan menjadi sub bagian Humas dan Hukum.

Tugas dan peran humas PT. Jasa Raharja yaitu harus mampu menjadi corong perusahaan yang pada akhirnya untuk membangun image positif perusahaan, melakukan sosialisasi visi dan misi perusahaan kepada masyarakat. Disamping itu Humas PT. Jasa Raharja juga mempunyai tugas internal yaitu menciptakan situasi kerja yang lebih kondusif, harus lebih menguasai materi perusahaan, menjadi mediator serta menciptakan komunikasi dua arah (*upward communications*) dan (*downward communications*). Prinsip komunikasi dua arah dan timbal balik merupakan proses penyampaian suatu pesan seseorang atau kelompok (komunikator) untuk memberi tahu atau mengubah sikap opini dan perilaku kepada perseorangan atau kelompok (komunikan), baik berhadapan langsung maupun tidak langsung, melalui media massa sebagai alat atau saluran penyampaian pesan untuk mencapai tujuan atau target dalam proses komunikasi dua arah yang hendak dicapai.

### **BAB III**

#### **PENYAJIAN DATA**

Penyajian data berikut ini berdasarkan hasil penelitian penulis yang dilaksanakan di PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh data tentang Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam Membentuk Citra Positif Perusahaan. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan sesuai dengan apa yang telah penulis uraikan sebelumnya pada bab pendahuluan yaitu dengan menggunakan teknik wawancara, observasi dan dokumentasi.

Wawancara dilakukan dengan cara komunikasi langsung dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berhubungan dengan permasalahan dalam penelitian ini, wawancara pada penelitian ini dilakukan dengan Kepala Cabang, Kepala Sub Bagian Humas dan Hukum, dan Arjun Arsiparis (Sekretariat) PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru.

Observasi yang penulis lakukan dengan mengamati secara langsung aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru serta mengamati majalah-majalah, dan kliping yang dijadikan arsip perusahaan.

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengambilan data yang penulis gunakan sebagai data pelengkap yang diambil dari dokumen-dokumen perusahaan, yang dapat menambah keakuratan data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi.

### **A. Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru**

Berdasarkan hasil wawancara dengan Eko Supriyatno, SH (Kepala Sub Bagian Humas dan Hukum) yang telah bekerja selama 1 tahun sebagai praktisi humas di PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru mengenai aktivitas humas dalam membentuk citra positif perusahaan, dengan pertanyaan sebagai berikut:

#### **1. Bagaimana kedudukan atau keberadaan bagian Humas dalam struktur organisasi PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru?**

Menurut beliau Keberadaan humas dalam struktur organisasi PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru memang merupakan struktur yang baru, tepatnya pada bulan April 2009, PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru baru mempunyai humas yang menempati Sub Bagian Humas dan Hukum di dalam struktur organisasi perusahaan (Hasil wawancara, tanggal 22 Februari 2010).

#### **2. Berapa jumlah pegawai atau staf Humas di PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru?**

Pegawai Humas pada PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru hanya berjumlah satu orang yaitu sebagai Sub Kepala Bagian dan tidak mempunyai staf humas tambahan (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, tanggal 22 Februari 2010).

“Memang pegawai humas disini hanya berjumlah satu orang yang menempati Sub Bagian Humas dan Hukum dan tidak mempunyai staf humas tambahan namun, pada dasarnya semua pegawai disini juga bisa menjadi humas karena mereka juga bisa memberikan informasi mengenai perusahaan tetapi nantinya yang menyuarakan adalah Sub Bagian Humas dan Hukum” (Hasil wawancara dengan Kacab PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 1 Maret 2010).

“Walaupun humas disini hanya berjumlah satu orang tapi pada dasarnya ketika humas mengadakan kegiatan humas juga dibantu oleh pegawai lainnya dalam menjalankan aktivitasnya” (Hasil wawancara dengan Arjun Arsiparis PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 5 Maret 2010).

**3. Apa peran utama Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam membentuk citra positif perusahaan?**

Menurut beliau peran Humas PT. Jasa Raharja terbagi dua yaitu internal dan eksternal. Peran internal yaitu menciptakan situasi kerja yang kondusif, harus menguasai materi perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan peran eksternalnya yaitu menjadi corong perusahaan untuk menciptakan atau membentuk citra positif perusahaan (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, tanggal 22 Februari 2010).

Selaras dengan apa yang disampaikan oleh Humas, Kacab PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru juga mengatakan bahwa peran atau tugas humas terbagi dua internal dan eksternal. Tugas internal yaitu menciptakan situasi kerja yang kondusif, harus menguasai materi perusahaan secara keseluruhan. Sedangkan tugas atau peran eksternalnya yaitu menjadi corong perusahaan untuk menciptakan atau membentuk citra positif perusahaan (Hasil wawancara, 1 Maret 2010).

**4. Bagaimana peran utama Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam pencapaian visi dan misi perusahaan untuk membentuk citra positif?**

“Sebagai corong perusahaan humas melakukan sosialisasi dan penyuluhan untuk memperkenalkan keberadaan perusahaan dan tugas pokok Jasa

Raharja serta visi dan misi perusahaan kepada masyarakat. Sebagai badan usaha milik negara yang ditunjuk langsung oleh pemerintah untuk mengelola UU No.33 dan UU No.34 tahun 1964” (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 22 Februari 2010).

“Sebagai ujung tombak perusahaan aktivitas humas yang berhubungan dengan publik eksternal yaitu memberikan layanan informasi melalui sosialisai dan penyuluhan kepada masyarakat untuk memperkenalkan tentang keberadaan perusahaan, tugas pokok Jasa Raharja, serta visi dan misi perusahaan sebagai badan usaha milik negara di bawah naungan Departemen Keuangan yang secara langsung ditunjuk oleh pemerintah sebagai pelaksana UU No.33 dan UU No.34 tahun 1964” (Hasil wawancara dengan Kacab PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 1 Maret 2010).

##### **5. Kegiatan apa saja yang menjadi rutinitas aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam membentuk citra positif perusahaan?**

Selaras dengan pernyataan yang disampaikan oleh Humas dan Kacab PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, kegiatan rutinitas yang harus dilaksanakan oleh humas dapat dilihat dalam deskripsi jabatan humas. Jadi disini humas menjalankan aktivitasnya sesuai dengan deskripsi jabatan yang telah ditentukan oleh perusahaan (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 1 Maret 2010).

##### **6. Apa saja uraian tugas yang menjadi tugas Humas?**

Ditematkannya humas ke dalam Sub Bagian Humas dan Hukum mempunyai tugas atau deskripsi jabatan yang telah ditentukan oleh perusahaan. Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru ditentukan berdasarkan pada tugas dan deskripsi jabatan Sub Bagian Humas dan Hukum uraian tugas dan



deskripsi jabatan tersebut berisi (Sumber: Arsip PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru):

**1. Tugas rutin/harian:**

- a. Menyelesaikan tugas-tugas administrasi harian:
  - 1) Menyusun rencana kerja harian berdasarkan prioritas yang ada
  - 2) Membaca dan mereview surat-surat yang masuk dan keluar dari dan ke Kepala Cabang
  - 3) Membuat surat menyurat sesuai dengan urgensinya baik kepada mitra maupun kantor pusat.
- b. Memantau pelaksanaan tugas pegawai:
  - 1) Memantau kehadiran kerja pegawai
  - 2) Membicarakan hasil kinerja
  - 3) Memberikan pengarahan kepada bawahan untuk perbaikan kinerja
- c. Memberikan pendapat hukum atas:
  - 1) membaca koran/majalah
  - 2) menyimak berita TV dan Radio
  - 3) mengakses berita dan mengirim web Jasa Raharja
  - 4) membuat resume/catatan khusus berita penting dan relevan dengan kegiatan cabang.
- d. mengikuti dan memahami berita aktual pada umumnya khususnya bidang peransurashian
  - 1) Draft perjanjian yang akan ditandatangani

- 2) Draft keputusan Kepala Cabang yang akan ditandatangani
- e. melakukan kajian hukum atas permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan
- f. melakukan langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan permasalahan hukum yang dihadapi perusahaan, dengan memperhatikan batas kewenangan yang telah ditetapkan.

## **2. Tugas Berkala**

- a. Menyiapkan rencana anggaran & program kerja tahunan:
  - 1) Membuat draft RAKP untuk didiskusikan dengan Kepala Cabang
  - 2) Mengkonsultasikan dan menyerahkan draft RAKP dengan Kepala Cabang
- b. Mendistribusikan sarana kehumasan perusahaan kepada mitra kerja yaitu pendistribusian:
  - 1) Majalah dan tabloid
  - 2) Sarana kehumasan lainnya seperti paflet, brosur, company profil, annual report, banner, poster dan stiker.
  - 3) Majalah dinding beserta materi kehumasan sesuai program
- c. Menyusun jadwal kegiatan penyuluhan di cabang:
  - 1) Menyiapkan sarana dan fasilitas yang dibutuhkan dalam kegiatan penyuluhan
  - 2) Melakukan kegiatan penyuluhan yang telah ditentukan
  - 3) Melaporkan hasil kegiatan

- 4) Melakukan evaluasi terhadap kegiatan yang telah dilakukan

### **3. Tugas Insidental**

- a. Mengundang media massa dalam kegiatan perusahaan
- b. Mengadakan pameran sesuai dengan undangan mitra kerja
  - 1) Melakukan koordinasi dengan pihak-pihak yang terkait dengan tujuan pameran
  - 2) Menentukan langkah-langkah kegiatan yang harus dilakukan
  - 3) Memonitor serta mengevaluasi proses pelaksanaan dan hasil kegiatan pameran
- c. Melaksanakan dan menyelenggarakan kegiatan keprotokoleran di cabang, antara lain:
  - 1) Mendampingi dan menyiapkan jadwal Kepala Cabang untuk kegiatan/acara dengan mitra kerja
  - 2) Menyiapkan dan mendampingi tamu-tamu yang berkunjung ke cabang bekerjasama dengan unit kerja di cabang
  - 3) Menyenggarakan kegiatan upacara bekerjasama dengan unit kerja internal.

### **7. Apa saja aktivitas yang dilakukan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam membentuk citra positif perusahaan?**

Aktivitas humas dalam membentuk citra positif terbagi menjadi dua yaitu aktivitas internal dan eksternal. Aktivitas internal Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru antara lain yaitu menciptakan situasi kerja yang kondusif

dengan memberikan motivasi kepada pegawai, memantau pelaksanaan tugas pegawai, memantau kehadiran kerja pegawai, membicarakan hasil kinerja, memberikan pengarahan kepada pegawai untuk perbaikan kinerja, melakukan kajian hukum atas permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan, dan melakukan langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan permasalahan hukum yang dihadapi perusahaan, dengan memperhatikan batas kewenangan yang telah ditetapkan (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 22 Februari 2010).

Selaras dengan apa yang disampaikan Kepala Cabang PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, sebagai ujung tombak perusahaan aktivitas humas yang berhubungan dengan publik eksternal yaitu memberikan layanan informasi melalui sosialisai dan penyuluhan kepada masyarakat untuk memperkenalkan tentang keberadaan perusahaan, tugas pokok Jasa Raharja, serta visi dan misi perusahaan sebagai badan usaha milik negara di bawah naungan Departemen Keuangan yang secara langsung ditunjuk oleh pemerintah sebagai pelaksana UU No.33 dan UU No.34 tahun 1964.

**1. Bagaimana cara yang dilakukan oleh humas dalam mensosialisasikan visi dan misi perusahaan?**

Menurut Imelda Kusumastuti (Arjun Arsiparis PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru) banyak cara yang dilakukan humas dalam meningkatkan peran serta kegiatan mensosialisasikan visi dan misi perusahaan diantaranya dengan cara memperkenalkan Jasa Raharja kepada anak usia dini dengan membagi-bagikan

komik yang berisikan tentang keselamatan berlalu lintas ke sekolah dasar dan taman kanak-kanak ” (Hasil wawancara dengan Arjun Arsiparis PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 5 Maret 2010).

Gambar 3.  
Pembagian Komik di Sekolah Dasar dan Taman Kanak-kanak.



(Sumber: Dokumentasi PT. Jasa Raharja Cabang Riau)

PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru juga melakukan sosialisasi melalui *SMS Center* Jasa Raharja demi kemudahan masyarakat dalam mendapatkan informasi yang cepat dan tepat, penyuluhan ke sekolah-sekolah serta penyuluhan yang di adakan di terminal untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat pengguna angkutan umum dan penyuluhan penanganan korban kecelakaan lalu lintas yang bekerjasama dengan instansi terkait ” (Hasil wawancara dengan Kacab PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 1 Maret 2010).

Gambar 4.  
Penyuluhan Penanganan Korban Kecelakaan Lalu-lintas di RS. Ibnu Sina.



(Sumber: Dokumentasi PT. Jasa Raharja Cabang Riau)

PT. Jasa Raharja juga aktif melibatkan diri dalam kampanye penanggulangan kecelakaan, khususnya dalam event-event seperti PAM Lebaran, Natal, dan Tahun Baru (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 25 Maret 2010).

Pemasangan rambu-rambu/papan peringatan lalu lintas yang hingga kini telah terpasang sebanyak 400 buah, dimana pemasangannya pada tempat-tempat rawan kecelakaan lalu lintas diseluruh wilayah Provinsi Riau” (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 25 Maret 2010).

## **2. Apakah humas pernah melakukan sosialisasi kepada masyarakat secara langsung?**

Sosialisasi secara langsung juga di adakan di rumah korban kecelakaan lalu-lintas yang mendapat santunan. Ketika petugas PT. Jasa Raharja Cabang

Pekanbaru menyerahkan santunan. Dalam hal ini petugas meminta bantuan dari ketua RT atau RW setempat untuk mengumpulkan warga untuk diberi pengetahuan dan pemahaman tentang tugas dan fungsi pokok Jasa Raharja agar masyarakat mengetahui tentang hak dan kewajibannya (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 25 Maret 2010).

### **3. Media apa saja yang digunakan oleh Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam melaksanakan aktivitasnya untuk membentuk citra positif?**

Dalam menjalankan aktivitasnya humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru menggunakan media cetak dan elektronik serta media luar ruang seperti spanduk dan baliho.

Aktivitas humas lainnya yaitu menjalin hubungan dengan media massa. Selain itu humas juga menjalin kerjasama dengan RRI dan RTV untuk kelancaran informasi kepada masyarakat. Berikut kutipan wawancara dengan Bpk. Lukman Hakim SE, MM (Kepala Cabang PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru):

“Upaya yang kami lakukan untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada masyarakat tentang PT. Jasa Raharja dan produknya, yaitu dengan mengadakan dialog interaktif melalui radio (RRI) dan televisi swasta (RTV), kami juga mengundang wartawan ketika ada kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dan membuat *press release* untuk diberikan kepada media” (Hasil wawancara, tanggal 01 Maret 2010).

“Membuat website PT. Jasa Raharja, yaitu [www.jasaraharja.co.id](http://www.jasaraharja.co.id). Dimana masyarakat dapat mengakses langsung informasi mengenai PT. Jasa Raharja dan informasi kecelakaan lalu-lintas” (Hasil wawancara dengan Kacab PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 01 Maret 2010).

“Pemasangan Bilboard tentang cara mudah mengurus santunan di pelabuhan, terminal, dan kantor Jasa Raharja, agar masyarakat lebih mudah untuk memahami tata cara pengurusan santunan atau klaim” (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 05 Maret 2010).

**4. Dalam bidang publikasi bagaimana humas menyampaikan informasi kepada media?**

Semua informasi yang akan dipublikasikan kepada masyarakat jelas akan dipilah-pilah terlebih dahulu, karena tidak semua informasi disebarkan. Ada bagian-bagian tertentu dimana publik tidak perlu tahu, hanya cukup internal saja sesuai dengan kapasitas-kapasitas tertentu. Selain itu penyampaian informasi tersebut tentu dipublikasikan melalui media (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 25 Februari 2010).

**5. Bagaimana aktivitas humas di bidang dokumentasi?**

Aktivitas humas di bidang dokumentasi yaitu dengan membuat kliping khusus mengenai pemberitaan tentang perusahaan atau informasi yang dianggap perlu untuk disampaikan kepada pimpinan. Kemudian humas juga bertugas menyimpan dan memelihara penerbitan *mass media* foto, audio dan visual dengan cara mengatur penyimpanan dan pemeliharaannya sebagai dokumentasi dan dapat digunakan sewaktu diperlukan.



Gambar 5.  
Kliping Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru



(Sumber: Dokumentasi PT. Jasa Raharja Cabang Riau)

Selain aktivitas-aktivitas humas dalam menyampaikan informasi, menjalin hubungan dengan media, publikasi dan dokumentasi, humas juga bertugas mendampingi pejabat dari pusat, daerah dan lingkup PT. Jasa Raharja (Persero) dalam kunjungan kerja sekaligus membantu kelancaran tugas-tugas pejabat.

## **B. Faktor Pendukung dan Penghambat Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam Membentuk Citra Positif**

Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam membentuk citra positif dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, di mana faktor tersebut ada yang mendukung kelancaran aktivitas humas dalam pembentukan citra positif, dan ada juga yang menjadi faktor penghambat aktivitas humas tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dengan pertanyaan sebagai berikut:

**1. Apa yang menjadi faktor pendukung aktivitas humas dalam upaya pembentukan citra positif?**

“Salah satu faktor pendukung aktivitas humas yaitu kedudukan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru yang berada pada Sub Bagian Humas dan Hukum dibawah Kepala Bagian Administrasi, humas tidak digabung dengan sub bagian lainnya. Dengan berdiri sendirinya Sub Bagian Humas dalam struktur organisasi, sehingga humas cukup memiliki wewenang dalam menjalankan aktivitasnya” (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 25 Februari 2010).

Faktor pendukung lainnya adalah tersedianya sarana dan prasarana pendukung kegiatan kehumasan, berikut kutipan wawancara dengan Kepala Sub Bagian Humas Cabang Pekanbaru:

“Faktor pendukung lainnya yaitu tersedianya sarana dan prasarana pendukung kegiatan kehumasan. Seperti perangkat komputer yang dilengkapi dengan jaringan internet yang memudahkan aktivitas humas, adanya kendaraan operasional juga membuat aktivitas humas menjadi lebih efisien pada saat humas melakukan suatu kegiatan” (Hasil wawancara dengan Kacab PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 01 Maret 2010).

**2. Sejauh mana wewenang bagian humas dalam melakukan aktivitas komunikasi untuk membentuk citra positif?**

Dengan berdiri sendirinya Sub Bagian Humas dalam struktur organisasi, sehingga humas cukup memiliki wewenang dalam menjalankan aktivitasnya, Humas bisa dengan mudah meminta informasi atau data yang diperlukan dari

masing-masing bagian (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 25 Februari 2010).

### **3. Bagaimana humas menjalin kerjasama dengan para stakeholder yang berkepentingan dengan PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru?**

Dalam menjalankan aktivitas perusahaan, PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru menjalin hubungan kerjasama dengan beberapa Rumah sakit yang ada di Pekanbaru, bekerjasama dengan pihak Kepolisian, dan bekerjasama dengan Organda serta bekerjasama dengan Dispenda. Hal ini juga merupakan faktor pendukung aktivitas humas dalam membentuk citra positif perusahaan (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 5 Maret 2010).

Kerjasama dengan pihak Kepolisian, untuk memberitahukan tentang kecelakaan lalu lintas yang terjadi sehingga apabila ada kecelakaan lalu lintas, maka pihak PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru akan cepat sampai di tempat kejadian (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 5 Maret 2010).

Adanya kerjasama dengan pihak pers, baik cetak maupun elektronik untuk mempermudah aktivitas humas dalam membentuk citra positif. Salah satu contohnya yaitu kegiatan sosialisasi yang di publikasikan melalui media baik secara langsung maupun tidak langsung.

Kerjasama dengan Organisasi Angkutan Darat (Organda), adalah organisasi para pengusaha atau pemilik angkutan darat.

Kerjasama dengan Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda), PT. Jasa Raharja adalah sebuah badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak di bidang asuransi sosial ditunjuk pemerintah sebagai pelaksana Undang-Undang No.33 dan Undang-Undang No.34 tahun 1964. Bekerjasama dengan pihak Kepolisian, dan Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) dalam melaksanakan tugasnya, yaitu memunggut SWDKLLJ (Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan lalu Lintas Jalan).

**4. Rumah sakit apa saja yang menjalin hubungan dengan PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru?**

Dalam menjalin kerjasama dengan pihak Rumah Sakit, PT. Jasa Raharja menjalin hubungan dengan Rumah Sakit Ibnu Sina, Bhayangkara, Eka Hospital, Awal Bross, Santa Maria dan Pekanbaru Medical Center (PMC). Dipilihnya Rumah Sakit tersebut karena mempunyai sistem dan manajemen yang dinilai bagus untuk menangani korban kecelakaan lalu lintas (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 18 Februari 2010).

**5. Bagaimana kerjasama yang terjalin dengan pihak Kepolisian, Rumah Sakit, Organda, dan Dispenda?**

Kerjasama yang terjalin dengan pihak kepolisian, Rumah Sakit, Organda, dan Dispenda dengan penandatanganan MOU, jadi kerjasama yang terjalin antara kedua belah pihak terjadi dengan adanya MOU yang telah disepakati oleh kedua belah pihak (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, tanggal 5 Maret 2010).

**6. Apa yang menjadi faktor penghambat aktivitas humas dalam upaya pembentukan citra positif?**

Sedangkan faktor penghambat yang ditemukan penulis pada aktivitas Humas PT. Jasa Raharja dalam pembentukan citra positif antara lain jumlah pegawai pada Sub Bagian Humas dan Hukum yang hanya terdiri dari 1 orang sebagai kepala Sub Bagian tidak memiliki staf humas, serta barunya keberadaan humas di PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, hal ini membuat aktivitas humas terasa berat. Berikut kutipan wawancara dengan Kepala Sub Bagian Humas Cabang Pekanbaru (Eko Supriyatno, SH):

“Faktor penghambat aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru yaitu terbatasnya jumlah pegawai dan belum lamanya keberadaan Humas di PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru membuat tugas dan tanggung jawab humas terasa berat” (Hasil wawancara, tanggal 5 Maret 2010).

Kurangnya tenaga ahli yang mempunyai latar belakang humas dan pihak luar (Kepolisian) yang mempersulit korban kecelakaan ketika mengurus surat laporan kecelakaan dari kepolisian untuk digunakan sebagai syarat dalam pengurusan santunan juga menghambat aktivitas humas dalam membentuk citra positif perusahaan (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 5 Maret 2010).

Kurangnya dana untuk kegiatan humas merupakan salah satu faktor penghambat aktivitas humas dalam membentuk citra positif. Dana untuk kegiatan humas diatur oleh kantor Jasa Raharja Pusat. Kurangnya dana ini sangat menghambat aktivitas humas, karena seharusnya humas memiliki alokasi dana

yang besar untuk melakukan tugas dan aktivitasnya (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 5 Maret 2010).

Faktor penghambat lainnya ditemukan pada saat penyajian data oleh masing-masing Sub Bagian. Berikut kutipan wawancara dengan Kepala Sub Bagian Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru:

“Faktor penghambatnya lainnya yaitu Penyajian data yang kadang lama diberikan pada saat humas membutuhkan data tersebut, faktor cuaca, dan juga dengan instansi terkait yang kadang-kadang suka membatalkan janji ketika semua jadwal telah ditetapkan misalnya pada saat akan mengadakan penyuluhan atau dialog interaktif tiba-tiba narasumber tidak bisa hadir, sehingga menjadi faktor penghambat aktivitas humas” (Hasil wawancara, 5 Maret 2010).

Berdasarkan hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, setelah aktivitas-aktivitas untuk membentuk citra positif itu dilakukan, citra negatif yang timbul dari masyarakat berangsur membaik. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya sms-sms yang masuk untuk mendapatkan informasi mengenai PT. Jasa Raharja, banyaknya pengunjung website PT. Jasa Raharja, dan ketika diadakan dialog interaktif yang disiarkan melalui RRI dan RTV respon masyarakat semakin antusias dengan ikut berpartisipasi dan ikut aktif dalam dialog tersebut.

“Citra positif dari masyarakat juga dapat dilihat dari jumlah masyarakat yang mengurus santunan di PT. Jasa Raharja, kenyataan ini membuktikan bahwa masyarakat mulai menyadari dan sudah mempunyai pengetahuan yang lebih tentang perusahaan seperti tugas pokok Jasa Raharja, visi dan misi, serta yang paling penting masyarakat sudah menyadari eksistensi perusahaan dibanding sebelum diadakan kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk membentuk citra positif perusahaan” (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 8 Juni 2010).



## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

Pada bab ini penulis akan menganalisa data yang telah disajikan pada bab tiga sesuai dengan permasalahan. Dalam menganalisa permasalahan tersebut penulis menggunakan teknik analisa data interaktif Milles dan Huberman. Teknik analisis data pada model interkatif menurut Miles dan Huberman ini menunjukkan adanya sifat interaktif antara kolektif data atau pengumpulan data. Analisis data yang dimaksud yaitu reduksi data, penyajian data dan verifikasi atau penarik kesimpulan.

#### **A. Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru**

Aktivitas secara umum dapat diartikan sebagai kegiatan pelaksanaan tugas-tugas dan fungsi pokok dalam sistem. Aktivitas dalam humas berkaitan dengan fungsi dan tugas yang dijalankannya dalam rangka mencapai tujuan visi dan misi yang diharapkan oleh perusahaan atau organisasi.

Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam pembentukan citra positif dapat diartikan sebagai kegiatan pelaksanaan tugas dan fungsi pokok humas yang dijalankan dalam rangka mencapai tujuan visi dan misi yang diharapkan oleh organisasi atau perusahaan. Mengingat pentingnya humas dalam suatu perusahaan baik perusahaan swasta maupun pemerintah, keberadaan humas sudah seharusnya berada di jajaran *top manajemen* (manajemen puncak) dalam



suatu struktur organisasi. Hal ini juga terlihat pada PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru di mana dalam struktur organisasinya humas berdiri sendiri dan tidak disatukan dengan Sub Bagian lainnya. Tepatnya humas berada pada sub bagian Humas dan Hukum. Penempatan humas pada Sub Bagian Humas dan Hukum serta tidak disatukannya humas dengan bagian lain sangat membantu humas dalam menjalankan tugas dan perannya.

Berdasarkan hasil penelitian, pegawai Humas pada PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru hanya berjumlah satu orang yaitu sebagai Sub Kepala Bagian dan tidak mempunyai staf humas tambahan. Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru ditentukan berdasarkan pada tugas dan deskripsi jabatan Sub Bagian Humas dan Hukum yang telah diberikan perusahaan.

Menurut Eko Supriyatno S.H (Kepala Sub Bagian Humas dan Hukum PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru) Peran humas terbagi dua internal dan eksternal. Tugas internal yaitu menciptakan situasi kerja yang kondusif, harus menguasai materi perusahaan. Sedangkan peran dan tugas eksternal yaitu menjadi corong perusahaan, menciptakan image positif, sosialisasi visi dan misi perusahaan kepada masyarakat.

Sebagai corong perusahaan humas mempunyai peran utama untuk memperkenalkan kepada masyarakat tentang keberadaan dan tugas pokok Jasa Raharja sebagai BUMN di bawah naungan Departemen Keuangan yang secara langsung ditunjuk oleh pemerintah sebagai pelaksana dua Undang-Undang yaitu UU No.33 dan UU No.34 tahun 1964. Jadi peran utama humas yaitu untuk

mensosialisasikan visi misi perusahaan dimata masyarakat agar masyarakat semakin paham tentang apa yang menjadi tugas pokok Jasa Raharja.

Suatu perusahaan atau organisasi yang baik adalah yang berhasil mencapai cita-cita dan tujuannya dengan lancar. Begitu juga dengan kerja praktisi humas dimana humas bertugas untuk menciptakan citra positif perusahaan atau lembaga di mana ia bernaung. Reputasi adalah tujuan sekaligus merupakan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia humas. Bagi perusahaan reputasi adalah titipan kepercayaan dari masyarakat. Jadi jika perusahaan mengalami krisis kepercayaan dari publik maka akan membawa dampak negatif terhadap reputasi dan akan memerlukan usaha keras untuk menumbuhkan dan membangun kepercayaan.

Aktivitas internal Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru yaitu menciptakan situasi kerja yang kondusif dengan memberikan motivasi kepada pegawai, memantau pelaksanaan tugas pegawai, memantau kehadiran kerja pegawai, membicarakan hasil kinerja, memberikan pengarahan kepada pegawai untuk perbaikan kinerja, melakukan kajian hukum atas permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan, dan melakukan langkah-langkah yang diperlukan untuk menyelesaikan permasalahan hukum yang dihadapi perusahaan, dengan memperhatikan batas kewenangan yang telah ditetapkan.

Aktivitas internal humas adalah salah satu bentuk kegiatan dari humas yang menitik beratkan kegiatannya kepada publik yang ada dalam instansi atau perusahaan tertentu. Aktivitas internal ini sangat bermanfaat untuk memberikan

motivasi kepada para pegawai yang pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja dan semangat bekerja di kalangan pegawai.

Publik eksternal sebagai sasaran kegiatan humas terdiri atas orang-orang atau anggota-anggota masyarakat di luar organisasi, baik yang ada kaitannya dengan organisasi maupun yang diharapkan atau diduga tidak ada kaitannya dengan organisasi. Aktivitas eksternal humas ini bertujuan untuk mencari serta mendapatkan dukungan dari publik yang berada di luar organisasi atau perusahaan tersebut (Djaja, 1985: 28).

Sebagai ujung tombak perusahaan aktivitas humas yang berhubungan dengan publik eksternal yaitu memberikan layanan informasi melalui sosialisasi dan penyuluhan kepada masyarakat untuk memperkenalkan tentang keberadaan perusahaan, tugas pokok Jasa Raharja, serta visi dan misi perusahaan sebagai badan usaha milik negara di bawah naungan Departemen Keuangan yang secara langsung ditunjuk oleh pemerintah sebagai pelaksana UU No.33 dan UU No.34 tahun 1964.

Sosialisasi atau penyuluhan merupakan suatu *special event* yang dapat dilakukan disekolah-sekolah dan universitas, penyuluhan tersebut merupakan bagian program sosialisasi dan pendidikan.

Dalam hal ini PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru juga melakukan sosialisasi melalui *SMS Center* Jasa Raharja demi kemudahan masyarakat dalam mendapatkan informasi yang cepat dan tepat, penyuluhan ke sekolah-sekolah dan penyuluhan yang di adakan di terminal untuk memberikan pemahaman kepada

masyarakat pengguna angkutan umum dan penyuluhan penanganan korban kecelakaan lalu lintas yang bekerjasama dengan instansi terkait.

Tugas humas perusahaan yaitu mengubah situasi yang bisa saja menimpa perusahaan seperti sikap permusuhan sekelompok masyarakat terhadap perusahaan berubah menjadi simpati, mengubah prasangka menjadi penerimaan, ketidakpedulian menjadi peduli dan menaruh minat, ketidaktahuan menjadi tahu. Melalui sosialisasi dan penyuluhan ini berguna untuk memberikan pengetahuan dan kesadaran kepada masyarakat akan eksistensi perusahaan.

Kampanye penanggulangan kecelakaan rutin dilakukan setiap tahunnya. Hal ini karena pada saat-saat seperti itu kemungkinan besar banyak sekali kecelakaan lalu-lintas terutama pada perjalanan di luar kota. Untuk itu PT. Jasa Raharja biasanya membuka posko untuk memantau arus mudik dan balik pada saat hari-hari besar agama. Kegiatan ini dilakukan bekerjasama dengan pihak Kepolisian dan Dinas Perhubungan.

Pemasangan rambu-rambu atau papan peringatan lalu-lintas ini bertujuan untuk memperingatkan para pengemudi kendaraan bermotor untuk selalu berhati-hati ketika mengendarai kendaraan karena keselamatan itu sangat penting. Pemasangan rambu-rambu diletakan di tempat-tempat yang dianggap rawan terjadinya kecelakaan, seperti di tikungan, penurunan, penyempitan jalan dll.

Kemudian aktivitas humas di bidang publikasi humas mengolah bahan-bahan informasi yang akan diterbitkan dengan cara membaca, meneliti, memilah-milah dan menetapkan bahan-bahan yang layak untuk diinformasikan kepada

masyarakat. Dalam setiap peliputan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan maupun kebijakan-kebijakan yang dibuat, biasanya akan selalu dipublikasikan kepada masyarakat. Namun sebelum informasi tersebut dipublikasikan, Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru melakukan pengolahan data/informasi terlebih dahulu dengan cara membaca dan memilah-milah informasi yang akan disampaikan kepada masyarakat.

Aktivitas humas lainnya dalam menjalin hubungan dengan media massa yaitu dengan menghubungi wartawan untuk meliput acara yang di selenggarakan oleh perusahaan sehingga kegiatan tersebut dapat dipublikasikan kepada masyarakat melalui *mass media*. Dalam beberapa kegiatan yang dilakukan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, humas bertugas menghubungi wartawan untuk meliput kegiatan/acara tersebut. Dalam hal ini humas juga bertugas menyiapkan acara jumpa pers sesuai petunjuk atasan agar pelaksanaan jumpa pers sesuai dengan ketentuan, memberikan informasi yang diperlukan oleh pers dan membuat *press release*.

Berdasarkan hasil pengamatan, aktivitas yang dilakukan oleh humas dengan menghubungi wartawan dalam setiap kegiatan yang dilakukan oleh PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru selalu dilakukan meski tidak selalu pada media yang sama.

Selain menjalin hubungan dengan media massa, humas juga menjalin kerjasama dengan RRI dan RTV untuk kelancaran informasi kepada masyarakat. Dalam menjalin hubungan kerjasama dengan radio (RRI) dan Televisi swasta

(RTV), Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru mengadakan dialog interaktif yang memberikan informasi tentang keberadaan perusahaan dan tugas pokok Jasa Raharja serta visi dan misi perusahaan kepada masyarakat. Sebagai BUMN yang ditunjuk langsung oleh pemerintah untuk mengelola UU No.33 dan UU No.34 tahun 1964. hal ini diharapkan untuk memberikan pemahaman yang mendalam kepada masyarakat.

Selain melakukan sosialisasi melalui media cetak dan elektronik, humas juga membuka website Jasa Raharja yang dapat diakses setiap saat oleh masyarakat dari mana saja dengan menggunakan jaringan internet. Perkembangan teknologi sangat berpengaruh besar dalam menjangkau informasi. Website ini berisi tentang informasi yang berkaitan dengan PT. Jasa Raharja dan juga tentang berita kecelakaan yang terjadi serta informasi yang berkaitan dengannya.

Berdasarkan hasil penelitian, Humas PT. Jasa Raharja juga melakukan pemasangan billboard tentang cara mudah (prosedur) mengurus santunan di pelabuhan, terminal, dan kantor Jasa Raharja, agar masyarakat lebih mudah untuk memahami tata cara pengurusan santunan atau klaim. Sehingga masyarakat tidak disulitkan dengan pertanyaan-pertanyaan bagaimana cara atau prosedur mengurus santunan di Jasa Raharja.

Aktivitas humas di bidang dokumentasi yaitu dengan membuat kliping khusus mengenai pemberitaan tentang perusahaan atau informasi yang dianggap perlu untuk disampaikan kepada pimpinan. Aktivitas yang paling sering dilakukan oleh Humas PT. Jasa Raharja Cabang pekanbaru yaitu membuat

kliping-kliping khusus mengenai pemberitaan perusahaan, dimana selanjutnya kliping yang dianggap penting akan disampaikan kepada pimpinan sebagai bahan informasi.

Kemudian humas juga bertugas menyimpan dan memelihara penerbitan *mass media* foto, audio dan visual dengan cara mengatur penyimpanan dan pemeliharaannya sebagai dokumentasi dan dapat digunakan sewaktu diperlukan. Berdasarkan hasil penelitian, penyimpanan penerbitan *mass media*, foto, audio dan visual selalu dilakukan oleh humas, sehingga penyimpanan dokumentasi-dokumentasi tersebut terkumpul dengan rapi. Sehingga mudah diperoleh kembali sewaktu-waktu jika diperlukan. Hal ini terbukti pada saat peneliti mengambil data berupa foto-foto dan rekaman kegiatan berupa VCD dimiliki dan tersimpan rapi oleh humas.

Tugas dan peran humas perusahaan tidak lepas dari pembentukan citra. Demikian juga dengan aktivitas yang dilaksanakan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru tidak lepas dari usaha pembentukan citra positif dimata masyarakat. Terutama fenomena yang terjadi belakangan ini minimnya pengetahuan masyarakat tentang Jasa Raharja dan berkembangnya image negatif di kalangan masyarakat tentang perusahaan menjadikan citra perusahaan semakin buruk. Hal ini tidak akan terjadi apabila perusahaan menyadari akan pentingnya peran dan fungsi humas. Humas perusahaan berfungsi sebagai *image building* perusahaan yang diwakilinya.

Ada suatu hal yang sering kali dilupakan oleh banyak orang akan peran dan fungsi dari humas. Peran tersebut adalah peran humas dalam membangun citra atau nama baik perusahaan. Selama ini humas dikenal sebagai orang yang berpraktek atau berperan hanya pada saat-saat tertentu. Ketika ada permasalahan barulah humas turun tangan untuk menyelesaikan permasalahanan tersebut. Akan tetapi, pada saat sekarang ini humas tidak lagi berperan sebagai penabuh gong yang hanya berperan pada saat tertentu jika diperlukan.

Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru secara rinci berdasarkan tinjauan teori yang digunakan (Ruslan, 2008: 26) dalam penelitian ini dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. *Communicator*

Salah satu aktivitas humas perusahaan adalah sebagai komunikator. Berdasarkan hasil pengamatan, aktivitas humas yang berkenaan dengan fungsi komunikator dilaksanakan oleh humas dengan mengadakan sosialisasi dan penyuluhan serta melakukan dialog interaktif di RTV dan RRI untuk memperkenalkan keberadaan perusahaan dan tugas pokok Jasa Raharja serta visi dan misi perusahaan kepada masyarakat. Sebagai BUMN yang ditunjuk langsung oleh pemerintah untuk mengelola UU No.33 dan UU No.34 tahun 1964.

#### 2. *Relationship*

Membina mitra kerja dengan *stakeholder* terkait baik internal dan eksternal merupakan hal yang sangat penting. Hubungan dengan media massa



dilaksanakan oleh humas dengan memberikan informasi yang diperlukan untuk keperluan pers. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Sub Bagian Humas, bentuk kerjasama yang paling sering dilakukan yaitu dengan membuat *press release* dan mengundang wartawan ketika ada kegiatan yang berhubungan dengan perusahaan. Dalam hal ini PT. Jasa Raharja juga membina hubungan dengan beberapa rumah sakit yang ada di Pekanbaru dan Polda Riau untuk ikut mendukung rencana program yang telah dicanangkan oleh instansi tersebut.

Gambar 6.  
Membina Koordinasi Dengan Dirlantas Polda Riau



(Sumber: Arsip PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru)

### 3. *Back up Management*

Aktivitas humas lainnya yaitu melaksanakan dukungan manajemen atau menunjang kegiatan lain seperti manajemen promosi, pemasaran, personalia, dan sebagainya untuk mencapai tujuan pokok perusahaan. Hal ini terlihat berdasarkan deskripsi jabatan humas.

### 1. *Good Image Maker*

Membangun citra positif perusahaan (*Image building*) adalah tugas utama humas. Berdasarkan hasil pengamatan penulis, semua aktivitas yang dilaksanakan oleh humas bertujuan untuk membentuk citra positif perusahaan.

Sedangkan aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru jika dilihat berdasarkan tinjauan teori menurut (Widjaya, 2002:57) adalah:

#### 1. Pengumpulan dan pengolahan data

Salah satu aktivitas humas perusahaan adalah pengumpulan dan pengolahan data. Tugas humas yang berkenaan dengan fungsi pengumpulan data dapat dijelaskan sebagai berikut.

##### a. Pengumpulan data untuk keperluan informasi

Pengumpulan data yang dilakukan humas diperoleh dari hasil peliputan-peliputan kegiatan yang dilakukan oleh PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru serta kebijakan-kebijakan yang telah dibuat oleh perusahaan. Sedangkan data-data lain dikumpulkan atau diperoleh dari pemberitaan media massa ataupun media elektronik yang berhubungan dengan perusahaan.

##### b. Mengolah data

Berdasarkan hasil wawancara yang dihimpun dari Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, humas mengumpulkan data dan informasi serta mengolah data sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

c. Menyajikan data hingga siap digunakan

Bentuk penyajian data dilakukan antara lain mengalbumkan foto, membuat kumpulan video dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan dalam bentuk CD, membuat kumpulan klipring mengenai berita-berita yang berkenaan dengan perusahaan.

d. Mengarsipkan data sehingga sewaktu-waktu dapat digunakan

Aktivitas mengarsipkan data selalu dilakukan oleh Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam bentuk dokumen ataupun *soft* dokumen dalam komputer.

e. Melayani kebutuhan data yang memerlukan

Pelayanan informasi dilakukan oleh Sub Bagian Humas dan Hukum untuk berbagai keperluan. Berdasarkan hasil pengamatan, cukup mudah untuk memperoleh data yang diperlukan.

2. Penerangan

Aktivitas yang dilakukan oleh PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dibidang penerangan:

a. Memberikan bahan berita (*release*) baik tertulis maupun foto

Membuat dan memberikan *release* merupakan aktivitas yang sering dilakukan humas setelah peliputan kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Bahan berita tersebut diberikan kepada pers untuk diberitakan dan di *posting* ke web Jasa Raharja.

b. Mengadakan hubungan dengan media massa

Mengadakan hubungan dengan media massa dilaksanakan oleh humas dengan memberikan informasi yang diperlukan untuk keperluan pers. Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Sub Bagian Humas, bentuk kerjasama yang paling sering dilakukan yaitu dengan membuat *press release*, serta pemberitaan di media massa.

3. Publikasi

Aktivitas humas yang berhubungan dengan publikasi antara lain:

a. Menerbitkan warta harian, mingguan, majalah bulanan

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, majalah bulanan diterbitkan oleh PT. Jasa Raharja pusat. Namun Humas PT. Jasa Raharja cabang harus mengirimkan berita-berita atau aktivitas yang dilakukan setiap harinya melalui web Jasa Raharja.

b. Menerbitkan buku kerja

Buku kerja diterbitkan oleh kantor Jasa Raharja pusat, namun Humas PT. JasaRaharja Cabang juga membuat buku agenda kerja yang akan dibagikan kepada para pegawai

c. Menerbitkan kalender kerja

Menerbitkan kalender kerja telah dilakukan oleh humas walaupun keberadaan humas di perusahaan masih baruu. Kalender kerja diterbitkan pada akhir tahun, kalender tersebut juga berisikan profil

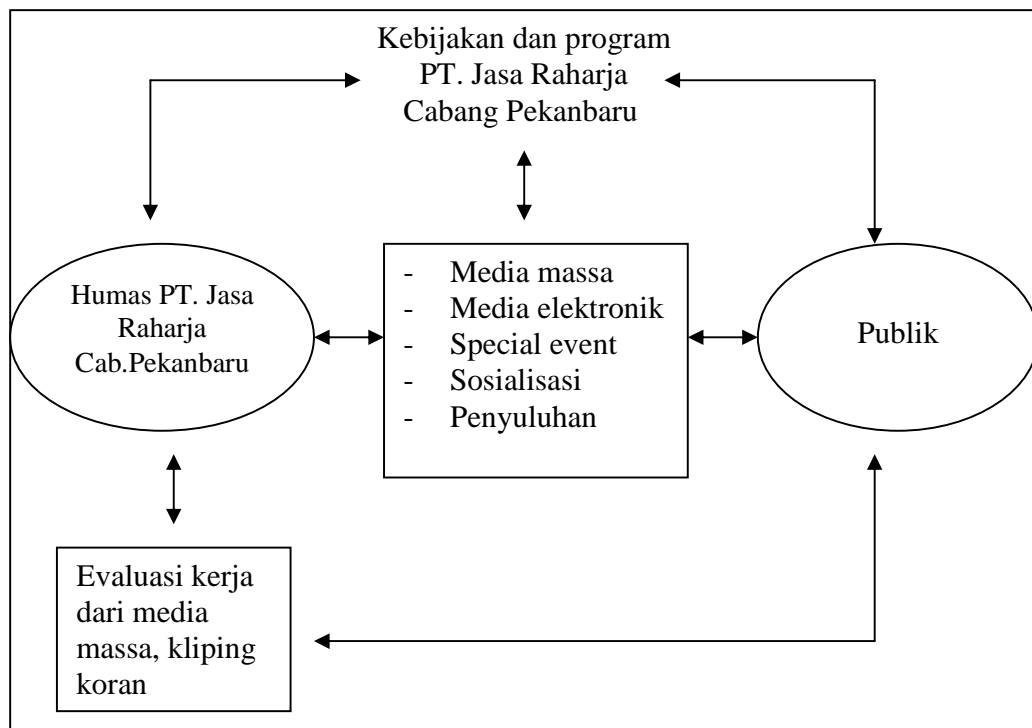
perusahaan dan dibagikan untuk seluruh pegawai serta stakeholder terkait.

d. Ikut serta dalam penyelenggaraan pameran

Dalam kegiatan pameran, perusahaan mengadakan pameran sesuai dengan undangan mitra kerja, melakukan koordinasi dengan pihak-pihak terkait dengan tujuan pameran, memonitor serta mengevaluasi proses pelaksanaan dan hasil kegiatan pameran.

Aktivitas yang dilaksanakan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam pembentukan citra positif dapat dikatakan tidak pernah lepas dari media, baik media cetak maupun media elektronik yang digunakan oleh humas. Untuk mengetahui aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam pembentukan citra dapat dilihat dari gambar berikut

Gambar 7.  
**Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam pembentukan citra positif**



(Sumber: hasil pengolahan data, 2010)

Aktivitas yang dilaksanakan oleh Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dengan adanya komunikasi dua arah, dimana dalam penyampaian informasi, kebijakan, dan program-program dari PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, humas menggunakan saluran berupa media massa, media elektronik, media luar ruang berupa spanduk dan baliho.

## **B. Faktor Pendukung dan Penghambat Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam Membentuk Citra Positif**

### **1. Faktor Pendukung**

Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam membentuk citra positif dipengaruhi oleh faktor-faktor tertentu, di mana faktor tersebut ada yang mendukung kelancaran aktivitas humas dalam pembentukan citra positif, dan ada juga yang menjadi faktor penghambat aktivitas humas tersebut.

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan penulis dan dari hasil wawancara, penulis menemukan bahwa ada beberapa faktor yang dapat dijadikan pendukung aktivitas Humas PT. Jasa Raharja dalam membentuk citra positif. Faktor pendukung tersebut yaitu adanya kerjasama yang baik antara pegawai dalam mengumpulkan informasi yang dibutuhkan oleh Humas PT. Jasa Raharja, tersedianya sarana dan prasarana yang menunjang kegiatan humas dan di tempatkannya humas sebagai Sub Bagian Humas dan Hukum yang berdiri sendiri dan tidak digabung dengan Sub Bagian lainnya sehingga tidak ada keterbatasan wewenang humas saat menjalankan aktivitasnya, hal ini juga menjadi salah satu faktor pendukung dalam menjalankan aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru.

Tersedianya sarana dan prasarana dapat dilihat dari fasilitas yang diberikan perusahaan kepada humas seperti tersedianya komputer yang dilengkapi dengan jaringan internet yang khusus diberikan kepada humas sehingga humas dengan mudah mengakses informasi yang *up to date* serta mudah mengirim berita

(*posting*) melalui website Jasa Raharja. Sarana lainnya yaitu tersedianya tempat khusus untuk menyimpan dan memelihara arsip-arsip dan dokumentasi-dokumentasi kegiatan yang dilakukan oleh PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru hal ini akan memudahkan apabila sewaktu-waktu data tersebut diperlukan .

Adanya kerjasama dengan Rumah Sakit Ibnu Sina, Bhayangkara, Eka Hospital, Awa Bross, Santa Maria dan PMC. Ditujukan ketika korban mengalami kecelakaan, maka korban yang dirawat di Rumah Sakit tersebut akan diberikan formulir pengajuan santunan yang diberikan secara cuma-cuma oleh PT. Jasa Raharja. Formulir tersebut diisi dan disertai surat keterangan kesehatan yang diisi oleh dokter. Dipilihnya Rumah Sakit tersebut karena mempunyai sistem dan manajemen yang dinilai bagus.

Kerjasama dengan pihak Kepolisian, dimana pihak Kepolisian akan memberitahukan tentang kecelakaan lalu-lintas yang terjadi, sehingga apabila ada kecelakaan lalu-lintas maka PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru akan cepat sampai di tempat kejadian. Selain itu, syarat pengajuan klaim asuransi adalah laporan polisi yang dibuat oleh pihak kepolisian. Biasanya petugas kepolisian memberitahukan kepada korban/keluarga korban bahwa biaya perawatan yang berhubungan dengan kecelakaan akan diganti oleh PT. Jasa Raharja.

Humas memerlukan media untuk mempublikasikan kegiatannya sehingga adanya kerjasama dengan pihak pers, baik cetak maupun elektronik mempermudah aktivitas humas dalam membentuk citra positif. Salah satu contohnya yaitu kegiatan sosialisasi yang di publikasikan melalui media baik



secara langsung maupun tidak langsung. Kegiatan sosialisasi tersebut berbentuk dialog interaktif yang dilakukan di RTV dan RRI.

Kerjasama dengan Organisasi Angkutan Darat (Organda), adalah organisasi para pengusaha atau pemilik angkutan darat. Organisasi ini yang menentukan tarif dari angkutan umum darat. Dari tarif yang sudah ditentukan, maka ditetapkan berapa yang akan dibayar kepada PT. Jasa Raharja sebagai iuran wajib.

Kerjasama dengan Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda), PT. Jasa Raharja adalah sebuah badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak di bidang asuransi sosial ditunjuk pemerintah sebagai pelaksana Undang-Undang No.33 dan Undang-Undang No.34 tahun 1964. bekerjasama dengan pihak Kepolisian, dan Dinas Pendapatan Daerah (Dispenda) dalam melaksanakan tugasnya, yaitu memunggut SWDKLLJ (Sumbangan Wajib Dana Kecelakaan lalu Lintas Jalan). Pemunggutan SWDKLLJ ini berdasarkan UU No. 3 tahun 1964, dan dikenakan kepada seluruh pemilik kendaraan bermotor. SWDKLLJ ini dibayar setiap tahun ketika pemilik kendaraan bermotor membayar STNK. Pembayaran ini dilakukan di Samsat. Kerjasama dengan instansi-instansi terkait tersebut terjalin dengan penandatanganan MOU yang telah disepakati oleh kedua belah pihak

## **2. Faktor Penghambat**

Sedangkan faktor penghambat yang ditemukan penulis pada aktivitas Humas PT. Jasa Raharja dalam pembentukan citra positif antara lain jumlah pegawai pada Sub Bagian Humas yang hanya terdiri dari 1 orang sebagai kepala

Sub Bagian tidak memiliki staf humas, serta barunya keberadaan humas di PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, hal ini membuat aktivitas humas terasa berat.

Dari hasil wawancara penulis dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, diketahui bahwa pegawai dibagian humas hanya berjumlah satu orang tidak mempunyai staf humas tambahan, dan latar belakang pendidikan humas bukan berasal dari humas. Minimnya pegawai pada Sub Bagian Humas serta barunya keberadaan humas di PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, membuat aktivitas humas terasa berat dan menghambat jalannya aktivitas humas dalam membentuk citra positif perusahaan.

Latar belakang pendidikan seseorang sangat mempengaruhi tingkat profesional pekerjaan seseorang. Orang yang kompeten adalah orang yang menguasai/ahli dibidangnya (pekerjaan). Jadi seorang praktisi humas sudah seharusnya mempunyai latar belakang atau *background* pendidikan humas, karena latar belakang pendidikan tersebut sangat mempengaruhi tingkat profesional pekerjaan seorang humas dan menjadikan humas orang yang berkompeten dibidangnya. Perlunya latar belakang pendidikan humas bagi praktisi humas menjadikan tugas, fungsi, dan peran serta aktivitas humas lebih maksimal.

Kurangnya dana untuk kegiatan humas merupakan salah satu faktor penghambat aktivitas humas dalam membentuk citra positif. Dana untuk kegiatan humas diatur oleh kantor Jasa Raharja Pusat. Kurangnya dana ini sangat menghambat aktivitas humas, karena seharusnya humas memiliki alokasi dana yang besar untuk melakukan tugasnya.

Dalam pengurusan klaim santunan, salah satu syarat yang harus dimiliki adalah adanya laporan dari pihak Kepolisian. Laporan ini berisi keterangan yang berkaitan dengan kecelakaan seperti tanggal, hari, waktu, tempat kronologis kejadian, identitas korban dan penabrak. Kenyataan yang ada di lapangan banyak masyarakat yang malas berurusan dengan pihak Kepolisian, karena mereka menganggap proses untuk mendapatkan laporan tersebut rumit. Adanya pihak kepolisian yang mempersulit masyarakat untuk mengurus laporan Polisi menyebabkan proses pengurusan santunan juga terlambat.

Faktor penghambat lainnya ditemukan pada saat penyajian data oleh masing-masing Sub Bagian. Lamanya penyajian data yang diberikan oleh masing-masing Sub Bagian ketika humas meminta dan memerlukan data tersebut merupakan faktor penghambat aktivitas humas. Kemudian juga cuaca yang tidak mendukung dan *partner* kerja dengan instansi terkait yang tiba-tiba membatalkan janji ketika jadwal kegiatan telah dipersiapkan dengan matang. Misalnya ketika akan melakukan sosialisasi tiba-tiba narasumber dari instansi terkait tidak bisa hadir atau membatalkan janjinya hal ini sangat menghambat kelancaran aktivitas humas.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, setelah aktivitas-aktivitas untuk membentuk citra positif itu dilakukan, citra negatif yang timbul dari masyarakat berangsur membaik. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya sms-sms yang masuk untuk mendapatkan informasi mengenai PT. Jasa Raharja, banyaknya pengunjung website PT. Jasa Raharja, dan

ketika diadakan dialog interaktif yang disiarkan melalui RRI dan RTV respon masyarakat semakin antusias dengan ikut berpartisipasi dan ikut aktif dalam dialog tersebut (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 8 Juni 2010).

Citra positif dari masyarakat juga dapat dilihat dari meningkatnya jumlah masyarakat yang mengurus santunan di PT. Jasa Raharja, kenyataan ini membuktikan bahwa masyarakat mulai menyadari dan sudah mempunyai pengetahuan yang lebih tentang perusahaan seperti tugas pokok Jasa Raharja, visi dan misi, serta yang paling penting masyarakat sudah menyadari eksistensi perusahaan dibanding sebelum diadakan kegiatan-kegiatan yang bertujuan untuk membentuk citra positif perusahaan (Hasil wawancara dengan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, 8 Juni 2010).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dalam bab ini penulis menarik kesimpulan dan memberikan saran-saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi humas dan perusahaan menjalankan aktifitasnya.

#### **A. Kesimpulan**

1. Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru sudah melakukan aktivitas-aktivitas yang bertujuan untuk membentuk citra positif perusahaan kepada masyarakat. Aktivitas dilakukan dalam berbagai bentuk, baik melalui komunikasi secara langsung dimana humas memberikan sosialisasi di sekolah-sekolah, penyuluhan dengan instansi terkait maupun melalui media. Media yang digunakan adalah media cetak dan elektronik. Aktivitas lainnya yaitu mengadakan dialog interaktif yang disiarkan oleh RTV dan RRI, membuka website Jasa Raharja, membuka layanan informasi melalui sms center PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru, ikut aktif dalam PAM lebaran, pemasangan rambu-rambu peringatan lalu lintas, pemasangan bil board dan melakukan sosialisasi secara langsung kepada korban.

Setelah aktivitas-aktivitas untuk membentuk citra positif itu dilakukan, citra negatif yang timbul dari masyarakat berangsur membaik. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya sms-sms yang masuk untuk mendapatkan informasi mengenai PT. Jasa Raharja, banyaknya pengunjung website PT. Jasa Raharja, dan respon masyarakat semakin antusias dengan ikut berpartisipasi dan ikut aktif dalam dialog interaktif. Citra positif dari masyarakat juga dapat dilihat dari meningkatnya jumlah masyarakat yang mengurus santunan di PT. Jasa Raharja.

2. Faktor pendukung humas dalam membentuk citra positif perusahaan yaitu adanya kerjasama yang baik dikalangan pegawai, adanya fasilitas sarana dan prasarana yang memadai untuk melakukan aktivitas humas, serta adanya kerjasama yang baik dengan pihak Rumah Sakit, Kepolisian, Organda, Dispenda dan Pers. Dalam aktivitas membentuk citra positif, humas menemui beberapa hambatan. Hambatan hambatan tersebut seperti minimnya staf dibidang humas karena jumlah pegawai humas hanya berjumlah satu orang sebagai Sub Kepala Bagian Humas. Sebagai perusahaan yang besar seperti PT. Jasa Raharja sangat disayangkan karena keberadaan Sub Bagian Humas dalam struktur organisasi baru terbentuk. Lambatnya penyajian data yang diberikan oleh masing-masing sub bagian lainnya ketika diperlukan, kurangnya dana untuk kegiatan humas, serta kesulitan masyarakat dalam

mengurus surat laporan kecelakaan dari pihak Kepolisian juga menghambat aktivitas humas dalam membentuk citra positif.

## **B. Saran**

1. Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru harus lebih sering dan aktif dalam melakukan kegiatan sosialisasi maupun penyuluhan kepada masyarakat. Hal ini dikarenakan masih minimnya pengetahuan masyarakat terhadap tugas pokok Jasa Raharja.
2. Sebaiknya humas juga melakukan sosialisasi di kampus-kampus, tidak hanya disekolah-sekolah Lanjutan Tingkat Atas. Selain pelajar, mahasiswa merupakan kalangan yang mempunyai wawasan tinggi sebagai penyambung lidah dari perusahaan.
3. Seharusnya humas dalam susunan manajemen berdiri sendiri sejak dulu sehingga dapat memberikan pengetahuan dan menyadarkan masyarakat terhadap eksistensi perusahaan.
4. Masyarakat seharusnya lebih kritis terhadap lingkungan, misalnya bertanya tentang apa yang mereka bayar setiap tahunnya melalui pembayaran STNK. Supaya mengetahui apa saja yang dibayar dan manfaatnya, baik untuk dirinya sendiri maupun untuk orang lain.
5. Kepada pihak luar yang memiliki kerjasama dengan PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam melaksanakan tugasnya, diharapkan tidak mempersulit korban kecelakaan yang akan mengurus klaim asuransi.

## DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Abdurahman, Oemi. 2001. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Aditya Bakti
- Anggoro, Linggar. 2000. *Teori dan Profesi Kehumasan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Bungin, Burhan. 2004. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana
- Cultip M. Scott, dkk. 2006. *Effective Public Relations (edisi kesembilan)*. Jakarta: Kencana Predanan Media Group
- Djaja, Danan. 1985. *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Bandung: Alurni
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Hubungan Masyarakat*. Bandung: Rosdakarya
- \_\_\_\_\_. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Rosdakarya
- \_\_\_\_\_. 1993. *Human Relations dan Public Relations*. Bandung: Mandar Maju
- Moore, Fraizer. 2004. *Humas Membangun Citra dengan Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya
- Moleong, Lexy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya
- Patilima, Hamid. 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metodologi Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Grafindo Persada
- \_\_\_\_\_. 1999. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- \_\_\_\_\_. 2008. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi: Konsep dan Aplikasi (edisi revisi)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Sandra Oliver. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Erlangga
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2004. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: Rosdakarya



Widjaja, H.A.W.2002. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara

**Sumber Lain:**

1. Media Raharja, edisi Februari 2006, Desember 2009
2. Buku Undang-Undang No. 33 dan UU No. 34 Tahun 1964

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Pembentukan Citra.....	28
Gambar 2. Analisis Model Interaktif .....	35
Gambar 3. Pembagian Komik di SD dan TK.....	57
Gambar 4. Penyuluhan Penanggulangan Korban Kecelakaan Lalu-lintas.....	58
Gambar 5. Kliping Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru .....	61
Gambar 6. Membina Koordinasi Dengan Dirlantas Polda Riau .....	76
Gambar 7. Aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam Membentuk Citra Positif .....	81

## **DRAF WAWANCARA**

1. Sudah berapa lama anda bekerja disini?
2. Apakah Anda memiliki latar belakang pendidikan humas?
3. Bagaimana kedudukan atau keberadaan bagian Humas dalam struktur organisasi PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru?
4. Berapa jumlah pegawai atau staf humas di PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru?
5. Apa peran utama Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam upaya pencapaian visi dan misi perusahaan untuk membentuk citra positif?
6. Bagaimana peran utama Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam pencapaian visi dan misi perusahaan untuk membentuk citra positif?
7. Kegiatan apa saja yang menjadi rutinitas aktivitas Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru?
8. Apa saja uraian tugas yang menjadi tugas humas?
9. Apa saja aktivitas yang dilakukan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam membentuk citra positif perusahaan?
10. Bagaimana cara yang dilakukan Humas dalam mensosialisasikan visi dan misi perusahaan?
11. Apakah humas pernah melakukan sosialisasi kepada masyarakat secara langsung, misalnya dikantor kelurahan?

12. Media apa saja yang digunakan oleh Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru dalam melakukan aktivitasnya?
13. Dalam bidang publikasi bagaimana humas menyampaikan informasi kepada media?
14. Bagaimana aktivitas humas di bidang dokumentasi?
15. Kegiatan apa saja yang dilakukan Humas PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru untuk membentuk citra positif perusahaan?
16. Apa yang menjadi faktor pendukung aktivitas humas dalam upaya pembentukan citra positif?
17. Sejauh mana wewenang bagian humas dalam melakukan aktivitas komunikasi untuk membentuk citra positif?
18. Bagaimana humas menjalin kerjasama dengan para stakeholder yang berkepentingan dengan PT. Jasa Raharja?
19. Bagaimana kerjasama yang terjalin dengan pihak Kepolisian, Rumah Sakit, Organda, dan Dispenda?
20. Rumah Sakit apa saja yang menjalin hubungan dengan PT. Jasa Raharja Cabang Pekanbaru?
21. Apa yang menjadi faktor penghambat aktivitas humas dalam upaya pembentukan citra positif?